



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV MANAGEMENTU**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

PROJEKT - FITNESS PROGRAM PRO TĚLOCVIČNY A FITCENTRA

PROJECT - FITNESS PROGRAM FOR GYMS AND FITNESS CENTERS

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

MICHAL DOVRTĚL

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Mgr. JIŘÍ KYSEL

BRNO 2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Michal Dovrtěl

Management v tělesné kultuře (6208R168)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Fitness program pro tělocvičny a fitcentra

v anglickém jazyce:

Fitness program for gyms and fitness centers

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska práce

Analýza současného stavu

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

KUDLOVÁ, Eva. *Hygiena výživy a nutriční epidemiologie*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009, 287 s. ISBN 978-80-246-1735-0.

KENNEY, W, Jack H WILMORE a David L COSTILL. *Physiology of sport and exercise*. 5th ed. Champaign, IL: Human Kinetics, c2012, xvii, 621 s. ISBN 978-0-7360-9409-2.

EVERETT, Greg. *Olympic weightlifting: a complete guide for athletes*. 2nd ed. Calif.: Catalyst Athletics, c2009, 422 p. ISBN 09-800-1111-6.

CORDAIN, Loren. *The Paleo diet: lose weight and get healthy by eating the foods you were designed to eat*. Rev. ed. Hoboken, N.J: Wiley, 2011. ISBN 04-709-1302-9.

TOD, David. *Sport psychology*. London: Routledge, 2014. ISBN 04-158-3450-3.

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Jiří Kysel

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2014/2015.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan

V Brně, dne 29.05.2015

ABSTRAKT

Bakalářská práce je zaměřena na vytvoření podnikatelského plánu uceleného fitness programu. Vychází z teoretické části, kde jsou zahrnuty všechny aspekty použité dále v praktické části. Celá práce se opírá o analytickou část, kde se zabývám fakty ohledně tvorby tohoto programu. V praktické části je vypracovaný podrobný ekonomické návrh.

ABSTRACT

Bachelor thesis is focused on creating a business plan about comprehensive fitness program. The work is based on the theoretical part which includes all aspects used later in the practical part. The whole work is based on an analytical part where I deal with facts about the creation of this program. The practical part is elaborated a detailed economic proposal.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podnikatelský záměr, fitness, B-FIT, marketing, finanční plán, franšíza

KEY WORDS

Business plan, fitness, B-FIT, marketing, financial plan, franchise

Bibliografická citace

DOVRTĚL, M. *Projekt – podnikatelský záměr sportovní nabídky pro vybranou skupinu: Fitness program pro tělocvičny a fitcentra*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2015. 66 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Jiří Kysel.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č.121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 3. 6. 2015

.....
Podpis

Poděkování

Děkuji Mgr. Jiřímu Kyselovi za odborné vedení práce, věcné připomínky, dobré rady a vstřícnost při konzultacích a vypracovávání bakalářské práce.

ÚVOD.....	10
CÍL PRÁCE, METODY ZPRACOVÁNÍ	11
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	12
1.1 FITNESS	12
1.1.1 Pojem Fitness	12
1.1.2 Historie fitness	12
1.2 FUNKČNÍ TRÉNINK A MODERNÍ SMĚRY	13
1.2.1 Funkční trénink	14
1.2.2 TRX	15
1.2.3 CrossFit.....	17
1.2.4 HIIT	18
1.2.5 Kruhové tréninky	19
1.3 TŘI HLAVNÍ PILÍŘE PROGRAMU.....	19
1.3.1 Strava	19
1.3.2 Trénink.....	21
1.3.3 Fyzická a psychická stránka člověka	25
1.4 PODNIKATELSKÝ PLÁN.....	28
1.4.1 Živnost	28
1.4.2 Analýza konkurence	28
1.4.3 SWOT analýza.....	30
1.4.4 PEST analýza.....	31
1.4.5 Marketingový mix.....	33
1.4.6 Franšíza	33
1.4.7 Dotazování	33
1.4.8 Finanční plán.....	33
2 ANALYTICKÁ ČÁST	36
2.1 ANALÝZA KONKURENCE	36
2.1.1 Hlavní konkurenti	36
2.1.2 Vedlejší konkurenti	37
2.2 SWOT ANALÝZA	37
2.3 PEST ANALÝZA	38
2.3.1 Politické faktory.....	38
2.3.2 Ekonomické faktory.....	38
2.3.3 Sociálně-demografické faktory	39
2.3.4 Technologické faktory	39
2.4 VÝSLEDKY ANKETY	40
2.5 MARKETINGOVÝ MIX.....	44
2.5.1 Výrobek	44
2.5.2 Cena	45
2.5.3 Distribuce.....	45
2.5.4 Komunikace	45

3	PRAKTICKÁ ČÁST	46
3.1	PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU	46
3.2	KONCEPT PROJEKTU	47
3.2.1	Struktura programu B-FIT	47
3.2.2	Trénink	49
3.2.3	Produkty B-FIT	51
3.3	FINANČNÍ PLÁN	53
3.3.1	Počáteční kapitál	53
3.3.2	Klasifikace nákladů	53
3.3.3	Bod zvratu	55
3.3.4	Rozpočet	56
3.3.5	Cash Flow	56
3.4	REKLAMA A MARKETING	57
3.4.1	Cíl	57
3.4.2	Strategie	57
	ZÁVĚR	58
	SEZNAM POUŽITÝCH ZROJŮ	59
	SEZNAM OBRÁZKŮ:	63
	SEZNAM TABULEK:	64
	SEZNAM GRAFŮ:	65
	SEZNAM PŘÍLOH	66

ÚVOD

Tématem bakalářské práce je skloubení kombinace různých variací fitness programů do jednoho uceleného celku za účelem prodeje. Vycházet budu z dnes již rozšířeného sportu CrossFit, který se těší neuvěřitelné popularitě po celém světě. Program by se měl opírat o tři základní pilíře každého fitness programu a těmi jsou strava, trénink a vědomosti o vlastním těle.

V moderní době popularita metody kombinovaného cvičení roste a to z důvodu neustálého boje s časem. Tato metoda se především vyjímá intenzivním maximálně hodinovým cvičením, kde se kombinují prvky gymnastiky, vzpírání a atletiky. Tímto uspokojí zákazníky v jejich honbě za krásným, zdravým a funkčním tělem.

Sám jsem se věnoval klasickému posilování ve fitness centrech několik let, a pokud chce člověk dosáhnout hmatatelných výsledků, je zapotřebí trávit hodiny v posilovně i mimo ní přípravou tréninků a k tomu patříčných doplňků stravy. Kombinované cvičení typu CrossFit a jemu podobné nabízí zákazníkům hodinové skupinové lekce pod vedením trenérů. V rámci lekcí probíhají na začátku a na konci krátké semináře o správném provedení cviků a vybírání jídelníčku, intenzivní cvičení, které prověřuje komplexnost zákazníků a postupné zdokonalování a práce se zákazníky a to v rámci celého fitness programu za rozumnou cenu.

Proto jsem se rozhodl vytvořit takový program, který nabídne fitness centrům a tělocvičnám otevřít takovéto lekce, které budou přínosem jak pro ně jako podnikatele, tak pro zákazníky. Cílem práce tedy bude vytvořit fitness program, který bude možné prodávat v širokém měřítku do fitness center a tělocvičen formou franšízy. Program by měl zaujmout především svojí dostupností a kvalitními znalostmi.

V první části práce je teoretický přehled historie a vývoje kombinovaných a funkčních tréninků, moderní trendy ve fitness a přínos těchto programů. Je zde také popsána analýza použitá při podnikatelském plánu a stručná charakteristika kalkulace a marketingového plánu použitého v další části. V teoretické části se již věnuji samotnému konceptu, aplikaci programu, jeho kalkulaci a analýze vnějších i vnitřních podnětů a samotné realizaci.

CÍL PRÁCE, METODY ZPRACOVÁNÍ

Vytvořit program na komplexní rozvoj těla, který zaujme svojí dostupností a kvalitními znalostmi. Rozšířit jej tak, aby se stal franšízou a respektovanou značkou. Cílem je také prostudovat nynější trendy a úspěšně je aplikovat do mnou vytvořeného programu. Důležitý úkol pak bude udělat patřičnou kalkulaci na vývoj tohoto programu a jeho následnou aplikaci.

Metody zpracování

1. Pozorování nynější trendů a variant cvičebních metod
2. Získání informací dotazováním
3. Analýza trhu
4. Syntéza informací do programu
5. Teoretická aplikace programu v tělocvičnách a fitcentrech

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

1.1 Fitness

V první kapitole jsem se zaměřil na pojem fitness, jeho interpretaci, stručnou historii a vývoj. Také jsem se snažil shrnout, kam fitness směřuje a jak moc se rozvětvilo do různých moderních trendů. Abychom pochopili kontext, v jakém smyslu má být můj program vytvořen.

1.1.1 Pojem Fitness

Vyložení pojmu fitness a jeho různých charakteristik se dočteme spoustu. Fitness se dá volně přeložit jako „zdatnost“ nebo také „schopnost provádět každodenní úkoly svižně bez přílišné námahy, s dostatkem energie a s dostatečnou rezervou pro spokojené prožívání volného času a zvládání nepředvídaných událostí“ (Blahoušová, 2005).

Fitness v mnoha ohledech chápou lidé jako kult těla, nebo také milně jako kulturistiku. Na otázku „Co je to fitness?“ však neexistuje uspokojivá odpověď a pro každého to může znamenat něco jiného. Tento pojem by měl být vykládán spíše jako požadavek člověka na celkovou tělesnou zdatnost a fyzickou kondici, lepší vzhled a především zdraví. Fitness ovlivňuje tak téměř každý aspekt života. „*Proto budou požadavky na fitness jiné pro člověka, který se věnuje vzpírání, než například požadavky hokejového hráče, a úplně jiné, než jaké má třeba maratonský běžec*“ (Osten, 2005, s. 9).

Abychom docílili takové kýžené zdatnosti, je třeba stále zvyšovat svoji úroveň fitness pravidelným tréninkem. Úroveň fitness souvisí se schopností vykonávat fyzickou činnost. Čím více práce může tělo vykonávat, tím lepší úroveň fitness má a čím lepší úroveň fitness tělo má, tím více zdravotních účinků získává (Blahoušová, 2005).

1.1.2 Historie fitness

K tomu, abychom pochopili princip a důležitost fitness, je potřeba se podívat do historie. Již v dávné minulosti se lidé pokoušeli cvičením své tělo dovést do co nejkrásnějšího estetického souladu a maximální funkčnosti. Především to bylo zapříčiněno tehdejším požadavkem na silné a zdravé tělo, které by fungovalo nejenom jako zbraň v armádě, ale také při běžných pracích, kde život neusnadňovali žádné komplikované stroje.

Známý je antický ideál mužnosti, ve středověku zapomenutý a vzkříšený v renesanci. Dochovala se řada antických soch atletů či boxerů a i když se jedná v drtivé většině o kopie z pozdější doby, nic to nemění na skutečnosti, že je na nich vidět snaha zachytit co nejkrásnější lidské tělo (Myrónův, Diskobolos, Polykleitův Doryforos). Jelikož se tedy již v antice u sportovců nehledělo jen na výkony, ale i na estetičnost jejich těl, můžeme již v době před více než dvěma tisíciletími vysledovat užití filosofických základů fitness (Pacut, 2010).

Velký comeback pak fitness zažívá již v 18. století a to s příchodem kulturistiky. Začali se objevovat sportovci, kteří se určitým cvičením se zátěžemi snažili svá těla přivést do co esteticky nejvyváženějšího komplexu. Dále pak v průběhu 19. století se kulturistika nadále rozvíjela, byly objevovány základní principy cvičení, z nichž některé platí dodnes (Švub, 1997).

Největší popularitě se pak dostává fitness právě díky zlaté éře kulturistiky v období třicátých až osmdesátých let minulého století. Etablují se principy cvičení, jsou konstruovány cvičební stroje, mohutně se rozvíjí výzkum stravování a je zdůrazňována jeho důležitá role v tréninku (Pacut, 2010).

1.2 Funkční trénink a moderní směry

U mnoho lidí převládá názor, že trénink a cvičení znamenají bolest a dřinu, ale také hlavně odříkání ve stravě. Tito lidé vidí trénování jako zlo, při němž se musejí trestat, aby dosáhli kýženého výsledku.

Sám jsem to zažil na vlastní kůži, je to dáno především vývojem kulturistiky, která i přes všechny moderní směry stále ve fitness převládá. Mnoho cvičenců ve fitness centrech jsou příznivci takzvaného „*nekompromisního tréninku*“ - (Osten, 2005, s. 9) Zastánci tohoto typu cvičení často kladou důraz na zanícenost, disciplínu, vytrvalost, cílevědomost, můžeme je snadno rozpoznat, jelikož ve fitness centrech často nahlas křičí a převažuje u nich naprostá neohleduplnost vůči ostatním.

Je tedy zřejmé, že tento směr často mnoho lidí od cvičení odradí, a proto vznikají funkční tréninky a různé moderní směry, jejichž cílem není si za každou cenu přivolat svalovou horečku, ale cílevědomě budovat dobrou kondici, předcházet nemocem, udržet pružnost, zbavit se stresu a v neposlední řadě vytvořit pěkný vzhled a správné držení těla.

Díky novým trendům tato filosofie „*nekompromisního tréninku*“ - (Osten, 2005, s. 9) ustupuje do pozadí.

1.2.1 Funkční trénink

Funkční trénink můžeme rozdělit na dva hlavní směry, kterými se budeme zabývat v podkapitolách, a to na silový funkční trénink a přirozený.

Základní charakteristika se vztahuje k fyzioterapii a rehabilitaci, kde se jedná hlavně o zajištění funkčnosti, znovuobnovení. Samozřejmě do jisté míry toto může zabezpečit i šikovný a vzdělaný fitness trenér a to je také hlavní myšlenka. Funkční trénink vychází především ze třech základních bodů a těmi jsou 3D model lidského těla, pohyb ve všech rovinách, dále pak zapojení hlubokého stabilizačního svalstva a vyrovnaní dominancí laterality (Žitný, 2013).

Myšlenkou funkčního tréninku je spojovat a aplikovat pohyby ve všech třech rovinách. Jednoduše řečeno - bicepsový zdvih není funkční cvik (Žitný, 2013).

Stejně jako v běžném životě - něco zvedáte ze země, to něco leží vedle Vás a musíte to zvednout na poličku, která je na straně. Prostě všechny možné pohyby, co jdou v podstatě udělat, proto je potřeba i ve funkčním tréninku vždy pohybovat tělem jako celkem (Žitný, 2013).

Z tohoto logicky vyplývá i to, že funkční cviky budou většinou cviky celotělové, cviky, kde se zapojí větší množství segmentů těla nebo alespoň více svalových partií. I kdyby jen stabilizačně (Žitný, 2013).

Silový funkční trénink

Tento typ tréninku si můžeme představit jako silový trénink s maximálním zatížením, ale zároveň s orientací na funkčnost. Tento typ funkčního tréninku se snaží rozvíjet silové dovednosti využitelné v běžném životě, použitelné pro sportovní činnosti a které nám pomůžou dosáhnout maximální efektivity na cestě k požadovaným cílům (Petr a Šťastný, 2012).

Trénink pak bude obsahovat především cviky, které zapojí synergicky více svalových skupin. Tyto cviky jsou také bohužel velmi technicky náročné. Patří mezi ně například dřepy s činkou nad hlavou, výpady, shyby a jiné komplexní cviky.

Přirozený funkční trénink

U přirozeného funkčního pohybu se dbá na jednoduchost a přímočarost. Je to takový návrat ke kořenům, kdy se vrací k přirozeným formám pohybu a to především s vlastní vahou, nebo s pomůckami, které vyplývají z běžného denního života.

Přirozený funkční trénink je metodika všestranného kondičního tréninku, propojuje formy pohybu s principy funkčního tréninku. Pracuje jako příprava a podpora pro dosahování výkonů v reálných situacích, v práci nebo ve sportu. Pozornost věnujeme především činnostem každodenního praktického života a pohybům, na které je lidské tělo od přírody stavěné (Doležal a Jebavý, 2013).

1.2.2 TRX

TRX představuje všestranné cvičení, se kterým se můžeme střetnout v mnoha fitness centrech. Jedná se o praktickou a jednoduchou pomůcku využitelnou kdykoliv a kdekoliv. Jeho tvůrcem je Američan Randy Hetrick, který na nápad konstrukce závěsného cvičení přišel během svého působení u námořnictva (Stackeová, 2014).

Tímto je jasné, že TRX už bylo vytvořené s tím záměrem, aby ho mohl využít kdokoliv a kdekoliv a v případě Hetricka tomu bylo zamýšleno tak, aby vojáci v poli mohli udržovat kondici právě na těchto závěsných systémech.

Hlavní princip tréninku je cvičení s vlastní vahou, přičemž jedna část těla je zavěšená do popruhů a druhá část zůstává pevně na zemi. Pozicí těla také zvyšujeme a snižujeme obtížnost a intenzitu cvičení si každý reguluje sám. V tom tkví krása a jednoduchost TRX.

Hlavní výhodou cvičení na závěsném systému je především zapojení hlubokého stabilizačního svalstva neboli core. Zde je výčet dalších výhod TRX:

- škála stovek cvičení pro různé tréninkové cíle,
- využitím jediné pomůcky se ve velmi krátké době procvičí celé tělo,
- skladnost a prostorová nenáročnost,
- TRX pomáhá zlepšovat – kondici, rovnováhu, mobilitu páteře, svalovou sílu, stabilitu, hybnost kloubů, flexibilitu, výkon,
- cvičení na TRX splňuje všechny požadavky kvalitního funkčního tréninku zaměřeného na zlepšení tělesné motoriky, zefektivnění vlastní mobility, posílnění stereotypu správného držení těla, a posílnění prevence proti zraněním,
- cvičení probíhá ve všech 3 základních rovinách pohybu, co klasické cvičení na fitness strojích neumožňuje. Tím je dosažena komplexnost na zlepšení tělesné motoriky (Nagyová, 2011).

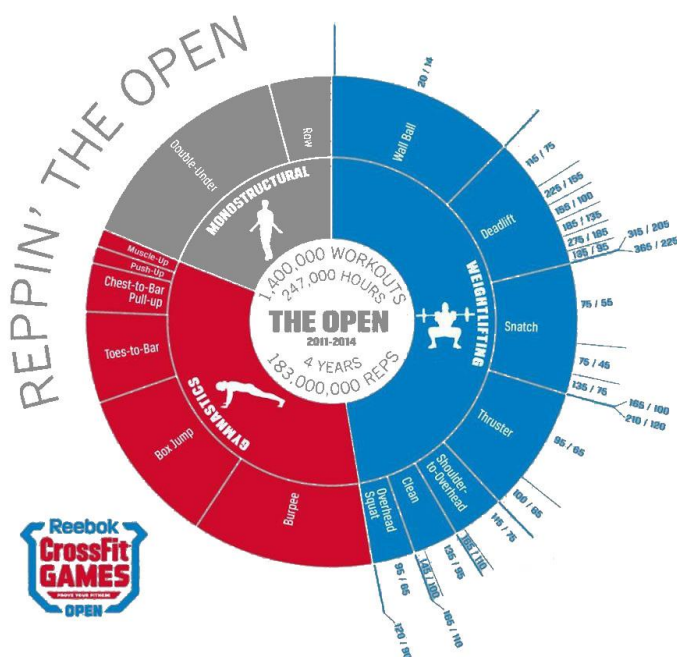


Obrázek 1: Závěsný systém TRX (Wickedfitness, 2015)

Velkou nevýhodou pro toto cvičení je především to, že provedení cviků je pro začátečníky ve fitness s nízkou úrovní zdatnosti a svalovými dysbalancemi velmi náročné. Je vhodné až pro pokročilé cvičence, kteří absolvovali začátečnické období cvičením zaměřeným na obnovení svalové rovnováhy (Stackeová, 2014).

1.2.3 CrossFit

CrossFit je jedním z nejpopulárnějších cvičebních programů současnosti. Je to ve své podstatě klasický kruhový trénink, který však kombinuje prvky atletiky, gymnastiky, vzpírání, veslování a dalších. Cílem je všestranný rozvoj kondice se všemi jeho složkami. Je také výjimečný tím, že každé jeho tréninkové jednotce je dán objem, a tak je výkonnost posuzována podle času, nebo dosažených opakování. Tento koncept je skvělý v tom, že jedinec přesně ví, zda se jeho výkonnost zlepšuje, či zhoršuje.



Obrázek 2: Zastoupení jednotlivých cviků při CrossFit Games (Crossfit, 2015)

CrossFit byl založen v roce 1995 bývalým gymnastou Gregem Glassmanem a jeho partnerkou Lauren Glassman. Vůbec první tělocvična na CrossFit byla otevřena v Santa Cruz. V roce 2005 bylo evidováno jen 18 registrovaných tělocvičen CrossFit. O pět let později toto číslo vzrostlo na 1700. K dnešnímu dni se počet CrossFitových tělocvičen po celém světě pohybuje okolo 2000 a neustále roste. Od roku 2007 se každoročně konají CrossFit Games, které jsou celosvětovým fenoménem. Soutěží na nich nejlepší atleti a atletky z celého světa v oddělených kategoriích. CrossFit programy jsou dnes hojně používány ve státních složkách, od hasičů až po vojenské jednotky (Stackeová, 2014).

1.2.4 HIIT

HIIT je zkratka pro High-intensity interval training. Jak už název napovídá, jedná se o vysoce intenzivní trénink, který se střídá v určitých intervalech. Může se jednat o tréninky v rozmezí od 4 min., až klidně do 30 min. Tréninky většinou zahrnují vysoce intenzivní úsek, po kterém následuje méně intenzivní práce, nebo úplný oddych. Záleží vždy na výkonnosti jedinců a také na cíli tréninku.

Tento intenzivní trénink je vysoce účinný nástroj k podpoře růstu svalové hmoty, kardiovaskulárního systému a redukce váhy. Tento trénink také zároveň bortí veškeré mýty – s ním není pravda, že tělo spaluje tuk až po 30 minutové aktivitě, že krátká cvičení nemají cenu a že se při cvičení musíte vyčerpat (Vasakova, 2013).

Peter Coen

Tento typ tréninku byl použit v sedmdesátých letech 20. století atletickým trenérem Peterem Coenem. Metoda spočívala v opakovaných sprintech na 200m kdy se nastavovala délka odpočinku mezi sprinty pouze na 30s (Gibala aj., 2012).

Tabata

Verze pro HIIT program je založena na studii z roku 1966 profesorem Izumi Tabata pro olympijské rychlobruslaře. Trénink tvoří 20s vysoce intenzivního cvičení (v intenzitě okolo 170% z VO_{2max}) a následuje 10s odpočinku, takto se trénink opakuje po celé 4 min. (8 kol). Trénink je obrovským přínosem pro zvýšení právě zmiňovaného VO_{2max} , ale dá se také využít na jiné aspekty, jako je síla, výbušnost, nebo jiné vlastnosti (Gibala aj., 2012).

Gibala

Profesor Martin Gibala a jeho tým z MacMaster University v Kanadě v roce 2009 zveřejnily studii o jejich programu. Program běžel několik let a byl testován na jejich studentech. Skládal se z 3 minutového rozehrátí se, následného 60 sekundového intenzivního cvičení (95% z VO_{2max}) se 75 sekundovým odpočinkem, cvičení se opakuje 10 – 12 krát (Gibala aj., 2012).

1.2.5 Kruhové tréninky

Tento druh tréninku vznikl v roce 1954 v Anglii. Rozvíjí svalovou sílu a současně i celkovou zdatnost. Několik cvičenců může cvičit najednou s individuálním zatížením, je přesně vymezen čas sérií i čas pauzy. Cviky se provádějí od posílení dolních končetin přes posílení horních končetin, břišního a na závěr zádového svalstva. Jednotlivá stanoviště jsou označena čísla a cvičenci jsou na ně rozděleni tak, aby na jednom byli vždy nejvýše tři. Obsah tréninku je sestavován na základě progresivního zvyšování zatížení a vždy se vychází z výsledků tzv. maximálních testů, kdy cvičenec provede maximální počet opakování určitého cviku a z něj se pak určuje tréninková zátěž. Nosným principem kruhového tréninku je nezařazování zátěže stejné svalové skupiny na po sobě jdoucích stanovištích (Stackeová, 2008).

1.3 Tři hlavní pilíře programu

1.3.1 Strava

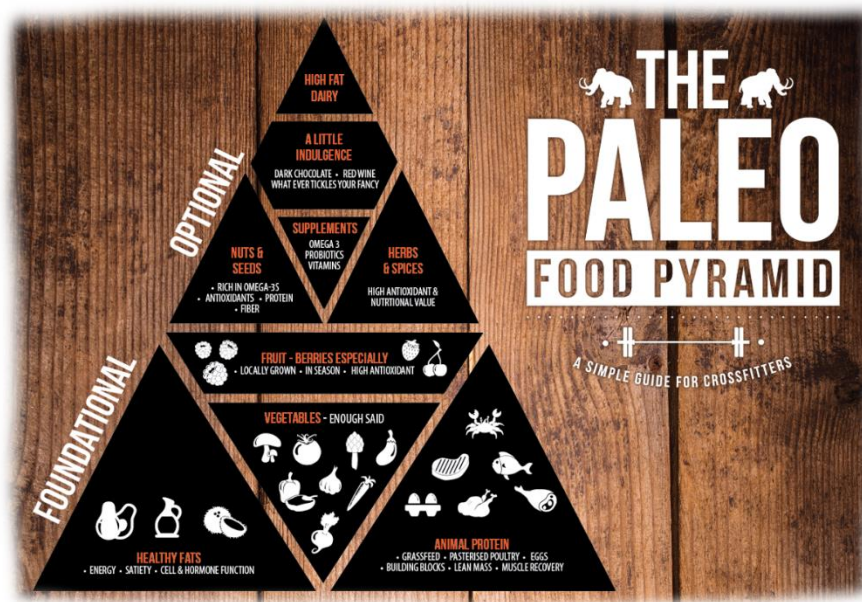
Strava v tréninku znamená pro mnohé sportovce jen samé přemlouvání se, plánování a nekonečné hodiny přemýšlení a rozvahy nad jídlem. Cílem programu pro tělocvičny a fitness centra, by mělo být naučit klienty stravovat se jednoduše a bez nekonečných kalorických tabulek a dietních deníků a dokonce ani odměřovat porce.

Program by měl klienty vést k samostatnosti a jejich nezávaznosti na daném trenérovi. Trenér by měl pouze tvořit most mezi informacemi a klientem. Efektivně je předat a naučit klienty.

Pro tyto účely jsem vybral Paleo dietu. Neplet'me si prosím dietu jako nástroj pro hubnutí a snížení tělesného tuku. Pojem dieta je pouze vyčlenění určitých typů potravin a jejich zapojení do jídelníčku, který odpovídá zdravotnímu stavu, psychické a fyzické zátěži (Kudlová, 2009).

Paleo dieta

Paleo dieta se vyznačuje především svojí jednoduchostí a vztahu k přírodě. Zjednodušeně by se dalo říct, že si bere příklad z pravěkých lovců a sběračů, kteří se stravovali především živočišnou a rostlinnou stravou v té nejjednodušší formě.



Obrázek 3: Potravinová pyramida pro Paleo dietu (Crossfithawkesbay, 2015)

„Nemusíte počítat kalorie, vést dietní deník, dokonce ani odměřovat porce. Základní zásady paleolitické diety jsou neuvěřitelně prosté: můžete konzumovat všechny druhy libového masa, drůbež, ryby, mořské plody, ovoce (kromě sušeného) a zeleninu (s výjimkou brambor a kukuřice)“ – (Cordain aj., 2013)

Proč právě Paleo dieta?

Snížení rizika onemocnění metabolickým syndromem (vysoký krevní tlak, kardiovaskulární choroby a cukrovka 2. typu), rakovinou, autoimunitními nemocemi a prakticky všemi ostatními chronickými civilizačními chorobami. Budete lépe spát, vzroste vám libido a udržíte si vyrovnanou hladinu energie po celý den (Cordain, 2011).

Jelikož jsou základem paleolitické diety kvalitní nízkotučné potraviny s obsahem bílkovin, nepocítíte vůbec hlad, protože vysoký obsah bílkovin dokáže nejlépe uspokojit centrum chuti v mozku (Sisson, 2014).

Jak začít

Většina dospělých západní civilizace neprožila jediný den bez obilovin, mléčných výrobků, rafinovaného cukru či průmyslově zpracovaných potravin. Není tedy vůbec snadné změnit své návyky ze dne na den a zřít se určitých pokrmů, jež jsme po většinu života denně jedli. Proto je přechod k paleo dietě pozvolný a rozdělen do tří stupňů a trenér takového programu, by vás měl naučit, jak projít tímto procesem bez vážnějšího narušení zdraví (Cordain aj., 2013).

Paleo dieta po nás nechce, abychom se vzdali veškeré stravy jednadvacátého století, ba naopak je natolik flexibilní, že udržuje jakési pravidlo 85:15, kdy je dovoleno dát si během týdne své oblíbené jídlo a zhřešit tak, aniž přitom přicházíte o celkový přínos pro zdraví. Příležitostné švindlování je také vynikající psychologickou strategií, která vám pomůže dietu po většinu času dodržovat, a nemusí nutně překazit příznivé zdravotní účinky. Jedinou výjimkou jsou lidé s vážnými chorobami nebo autoimunitními nemocemi, kteří by se měli snažit dietu dodržovat na sto procent (Cordain aj., 2013).

Tři stupně přechodu k paleo dietě jsou rozděleny na 85:15, 90:10 a 95:5. Čísla značí procento paleo stravy a tzv. „*cheating meal*“ – (Sisson, 2014). Většina lidí zkonzumuje asi dvacet jídel týdně plus drobná občerstvení. Tři jídla tedy představují 15 procent všech jídel za týden. V prvním stupni paleolitické diety můžete švindlovat 15 procenty času tím, že zařadíte tři libovolná jídla za týden. Ve druhém stupni máte dovoleno podvádět po 10 procentech doby, což odpovídá dvěma jídlům, a nakonec ve třetím stupni si smíte dopřát jediné „neschválené“ jídlo, které představuje 5 procent všech jídel za týden. Půvab této taktiky spočívá v tom, že se svých oblíbených pokrmů nemusíte vzdát nadobro a navždy. Začátečníkům by mělo být doporučeno, aby několik týdnů dodržovali první stupeň, a pak, až si pomalu zvyknou na nový způsob stravování, mohou postupně zamířit ke třetímu stupni.

1.3.2 Trénink

Trénink je hlavním pilířem tohoto programu, a jako takový se bude především vyznačovat a odlišovat od konkurence svojí kombinací prvků převzatých z gymnastiky, vzpírání a atletiky. Touto kombinací by měl program vést ke kompletní všestrannosti klientů, jak po kondiční stránce, tak silové, ale i pohybové.

Cílem programu je dostat z lidského těla to nejlepší co v něm je, posouvat jeho limity a připravit klienty na nesnáze a nástrahy každodenního života, aby byli schopni se s nimi vypořádat s co nejmenším odporem. Je také důležité si uvědomit, že cílem není klienta zničit během několika tréninků, ale postupným zvyšováním úsilí připravit jeho svalovou a pohybovou aparaturu, naučit jej základním pohybům a dbát na správné provedení cviku aby nedocházelo k dysbalancím a deformacím lidského těla.

Gymnastika

Pojem gymnastika jak ho chápeme dnes, a to jakéhosi určitého druhu cvičení, vznikl teprve pod vlivem sovětské teorie k dělení tělesné výchovy na gymnastiku, sporty, hry a turistiku. Dříve byl tento pojem chápán něco víc než jen tělesné cvičení. Slovo gymnastika bylo odvozeno od starořeckého slova „gymnazein“, to je cvičit nahý, a „gymnatés“ označující bojovníka, cvičence, ale i člověka, který se zabýval „vědou o tělesných cvičeních“ (Kristofič aj., 2009). „*Gymnastika navazovala na antickou harmonii tělesné a duševní složky člověka – kaloghatie*“ - (Kos, 1990).

HISTORIE

Gymnastické systémy vznikaly podle přístupu jednotlivých osobností nebo autorů jednotlivých odvětví. Proto se v teorii i praxi setkáváme s odlišnými pohledy, rozličnými názvy a charakteristikami obsahu uváděných druhů gymnastiky (Kristofič aj., 2009).

Cviky známé v dnešní formě gymnastiky nejsou nic nového a můžeme je nalézt již v antickém Řecku nebo dokonce ještě dříve ve starověkém Egyptě. Vývoj dnešní gymnastiky však započal v období renesance, které vytvořilo předpoklady navazující na starověké systémy tělesných cvičení.

Koncem 18. století bylo období vzniku velkých gymnastických systémů, které byly zaměřeny nejen na fyzický rozvoj obyvatelstva, zejména na zdatnost mužů, ale i na národní a politické vědomí veřejnosti. V Německu založil Johann Christian GutsMuths nářad'ovou gymnastiku, ve Švýcarsku J. H. Pestalozzi položil základ moderních prostných a u nás vznikl v druhé polovině 19. století sokolský systém po vedením Miroslava Tyrše (Kristofič aj., 2009).

Je tedy jasné, že gymnastika měla obrovský dopad na tělesný vývoj obyvatelstva celé Evropy a základy jejich cviků jsou natolik praktické, že je všechny dnešní moderní cvičební systémy využívají.

PŘÍNOS

Gymnastika je nedílnou součástí našich životů, aniž bychom si to pořádně uvědomovali, základy jejich cviků totiž vycházejí z běžného života a denního pohybu. Všechny dnešní moderní směry funkčních tréninků se snaží napodobit svými cviky běžně prováděné fyzické úkony. Není však na škodu si občas připomenout základy gymnastických cviků jako jsou kliky, dřepy, shyby a sedy-lehy. V praktické části budu těchto cviků hojně využívat.

Vzpírání

Vzpírání patří k nejstarším sportovním odvětvím. Bylo zařazeno již do programu prvních novodobých olympijských her. Je to sportovní disciplína, při které se vzpěrač snaží kombinací síly a rychlosti zdvihnout nad hlavu co nejtěžší zátěž, těžší než zátěž soupeře. Tato podoba olympijského vzpírání má i v našem systému tělesné výchovy pevné postavení. I když nepatří k tzv. velkým sportům s mnohatisícovou členskou základnou (Duspiva a Šaman, 1983).

Vzpírání je složeno ze dvou disciplín, trh soupažný, neboli zkráceně trh, a nadhoz soupažný, zkráceně nadhoz. Tyto dvě disciplíny jsou využívány také v jiných sportech pro rozvoj síly, dynamiky a rychlosti. Není třeba si tedy hned představovat zničená záda, ochablé břišní svalstvo a potrhaná ramenní vaziva. Cílem vzpěračských technik není zdvihnout maximální váhu, ale postupným sebezlepšováním dosáhnout dokonalé techniky, která vede ke kvalitnímu rozvoji síly a rychlosti. Ať už trh, či nadhoz při svém provedení zatěžuje rovnoměrně svalstvo, a tak se předchází k vytváření dysbalancí (Pacut, 2010).

HISTORIE

Vzpírání byla již antická disciplína a dodnes jsou dochovány v Řecku kameny, kde jsou vyryté jména siláků, kteří je zvedli. Například Hermodykos z Lampsaku věnoval svůj vzpěračský rekord, 334 kg obouruč, zaznamenaný na kameni v Epidaru, Askleipovi za uzdravení z plicní choroby. Není možné, aby tito antičtí siláci zvedli obrovské kameny

bez jakéhokoliv tréninku nebo techniky. Ať už jsou čísla jakákoliv, je jasné, že se lidé pokoušeli posunout své limity a silou zvedat předměty, aby ukázali svoji nadlidskou sílu (Everett, 2009).

Siláci se objevovali ve všech pasážích dějin, a ať už zvedli jednorázově 300 kg nebo 36krát 73 kg činku jako Luis Cyr, vždy šlo především o posouvání lidských možností a my tyto pokusy můžeme řadit do počátků novodobého vzpírání. Novodobé vzpírání se však od předešlých siláckých pokusů liší a to především v estetice a technice. Tyto dvě stránky moderního vzpírání nám také dokazují, že se více začalo dbát na předcházení zranění a úplného zdevastování těla necíleným zvedáním těžkých vah (Duspiva a Šaman, 1983).

PŘÍNOS

Olympijské vzpírání, jak se tento moderní sport nazývá, je ukázkou toho, jak technika a precizní práce těla může dosáhnout úžasných výsledků a výkonů. Proto jsou vzpěračské techniky v poslední době tak oblíbené a zapojují je nejenom trenéři silových sportů, ale také trenéři míčových sportů a lektoři ve fitness. Není cílem trenéra dohnat klienta k obrovským vahám, ale nasměrovat ho ke koordinaci těla a rozvoji síly, které se dosáhne s menšími váhami a precizní technikou.

Atletika

Atletika je všeobecně považována za základní sportovní odvětví. Přirozený pohyb – chůze, běh, skok a hod jsou jejím pohybovým základem. Ostatním sportům přináší množství důležitých hodnot, kterými je více či méně ovlivňuje. Atletiku máme všichni v podvědomí jako sport, který má své nezastupitelné místo ve školní tělesné výchově, a je tomu právě proto, jelikož atletika má pozitivní vliv na naše zdraví a přirozený pohyb.

HISTORIE

Ve stádiu nejranějších počátků byl člověk nedílnou součástí přírody a jeho specifický vývoj vedl ke kultivaci instinktivních pohybových dovedností jako chůze a běh. S rozvojem duševních a fyzických schopností člověka, můžeme sledovat jeho přechod od pasivního získávání potravy, které se dá definovat jako pouhé chození a sbírání potravy, k aktivním formám získávání obživy, tedy k lovu. A právě lov dal prazáklad atletickým běžeckým a vrhačským disciplínám (Pacut, 2010).

Rodištěm moderní starověké atletiky je Řecko, a právě zde vznikla většina dnes již tradičních disciplín jako běh na jeden stadion (192,27 m), na dvě stadia (384,54 m), skok do dálky, hod diskem, hod oštěpem a zápas. Dnešní atleti tak mají možnost vycházet z tréninkových cyklů starých více než dvě tisíciletí. Tohle privilegium řadí atletiku mezi královnu sportů, a tím pádem i prazáklad všech pohybových dovedností.

PŘÍNOS

Není třeba příliš vysvětlovat, že atletika má ve světě sportu své opodstatněné místo. Atletický pohyb je využíván v řadě sportovních i jiných odvětví, například poznatky z atletiky významným způsobem obohatily sportovní lékařství, sportovní pedagogiku a sociologii, sportovní psychologii a především teorii sportovního tréninku (Šimon, 1997).

Atletika se významným způsobem podílí na zvyšování zdatnosti a upevňuje zdraví. Pohybové aktivity, zvláště běh a chůze, blahodárně působí na kardiovaskulární systém, snižují krevní tlak a puls, snižují a stabilizují tělesnou hmotnost a omezují množství cholesterolu v krvi (Šimon, 1997).

1.3.3 Fyzická a psychická stránka člověka

Ke správnému tréninku patří neodmyslitelně i psychická vyrovnanost a fyzická připravenost. Každý klient, ať už začátečník, nebo pokročilý, by měl znát své fyzické možnosti a k tomu se váží znalosti o vlastním těle. Není třeba znát každé zákoutí lidského těla, ale pokud chce člověk podávat na lekcích nějaké výkony, měl by alespoň znát, co který sval dělá, nebo jak daný sval pracuje, pokud provádí tento nebo tento cvik. K tomu samozřejmě slouží trenér, který by měl všechny tyto znalosti na lekcích přetlumočit tak, aby byli pro klienta srozumitelné.

K fyziologii se také váže psychická stránka člověka. Každý víme, že po cvičení se nám uvolní endorfin a cítíme se být šťastnějšími. O téhle psychické stránce však nemluvíme, každý klient je jiný a jinak rozpoložený, je tedy vždy na trenérovi, aby na lekcích nastolil dobrou náladu a uměl s klienty pracovat i po té psychické stránce. Není vždy jednoduché odhadnout simulanta a přesvědčit ho k tomu, aby se zapojil do lekce, nebo například zase člověka dobře fyzicky připraveného a odhodlaného přesvědčit, aby trochu zmínil tempo a neublížil si příliš velkou intenzitou a entuziasmem.

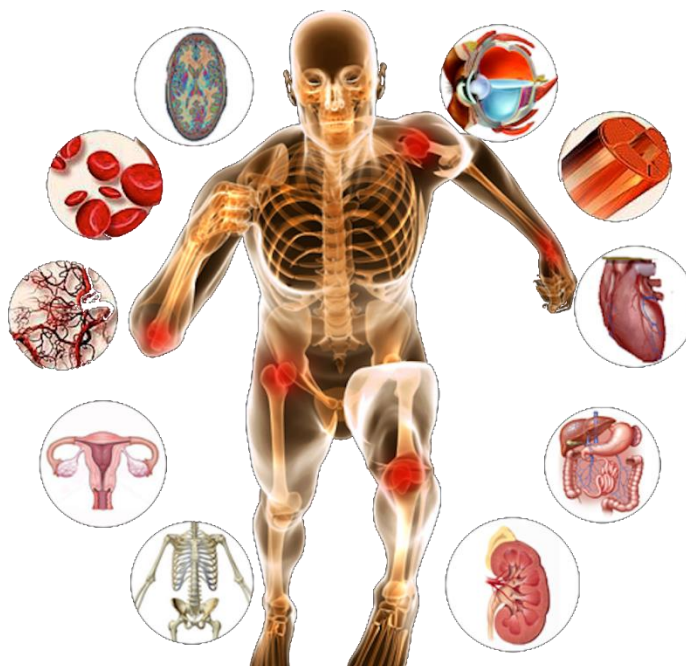
Fyziologie

Lidské tělo je úžasný stroj. Zatímco čtete tyto řádky, ve vašem těle se odehrává nespočet přesně zkoordinovaných a integrovaných procesů. Tyto procesy nám umožňují dýchat, slyšet, vidět, mluvit a hýbat se, aniž bychom vynaložili příliš velké úsilí. Pokud se však postavíme, vyjdeme ze dveří a oběhneme blok, skoro všechny naše tělesné systémy budou povolány do akce, které nám umožňují přepnout z odpočinku do stavu cvičení. Pokud budeme pokračovat v pravidelném cvičení po mnoho týdnů nebo měsíců a postupně budeme zvyšovat zátěž a intenzitu cvičení, naše tělo se adaptuje a toto cvičení bude vykonávat daleko lépe (Kenney aj., 2012).

Pro správnou práci svalů v těle a jejich kontrakci a relaxaci je zapotřebí velké množství energie a je tedy třeba znát alespoň základní tělesné systémy, které podporují pohybovou aparaturu jako například:

- kosterní systém, který poskytuje základní oporu jak tělu, tak svalům aby mohli pracovat,
- kardiovaskulární systém dodává palivo pro pracující svaly a pro všechny buňky v těle a odstraňuje z nich škodliviny,
- kardiovaskulární a dýchací systém pracuje dohromady, aby dodal kyslík do všech buněk a odstranil oxid uhličitý,
- kožní systém napomáhá k redukci tělesné teploty pomocí výměny tepla mezi tělem a okolím,
- nervový a endokrinní systém koordinuje všechny tyto aktivity, zatímco napomáhá udržovat rovnováhu tělních tekutin a elektrolytů a asistuje při regulaci krevního tlaku (Kenney aj., 2012).“

Po staletí vědci studovali, jak pracuje lidské tělo v klidu, během zdraví a nemoci. Avšak až během posledních 100 let se skupina fyziologů začala specializovat na studii fungování lidského těla během fyzické aktivity a sportu.



Obrázek 4: Znázornění tělesných funkcí při běhu (Lsmuni, 2015)

Psychologie sportu

„Tomovi je něco přes čtyřicet a všiml si, že začíná přibírat na váze. Když jde do kopce k budově, v níž pracuje, unaví se a dochází mu dech. Až do nějakých pětatřiceti hodně sportoval, ale v posledních několika letech kvůli náročné práci moc nesportuje, ani pravidelně necvičí. Jen obtížně nachází motivaci a je přesvědčený, že by kvůli své váze vypadal hloupě, kdyby se navlékl do cvičebního úboru. Není si jistý, jak by měl překonat nedostatek motivace. Jeho vzhled mu dělá starosti.“ - (Tod, 2010, str. 11)

Výše popsaná situace je naprosto běžná pro trenéra naprosto jakýchkoliv pohybových aktivit. Psychologie sportu není jen o tom, jak poradit svým klientům zvládat vypjaté situace, ale také o tom, aby se trenér naučil pochopit své klienty a umět je zdravě motivovat a pomoci jim z bludného kruhu jako v případě Toma, kterému dělá problém jeho vzhled, ale stydí se vylézt mezi lidi ve cvičebním úboru.

Chápat chování, myšlení a cítění svých klientů v situacích tělesné výchovy a sportu je jedním z hlavních zaměření psychologie sportu. Není tedy na škodu, aby trenéři měli základní znalosti o psychologii sportu a mohli je tak uplatnit na své klienty. S klienty se pak dá snadněji pracovat a mnohé nezdary i úspěchy pak lépe ocení, pokud je jejich trenér dostatečně motivuje.

1.4 Podnikatelský plán

1.4.1 Živnost

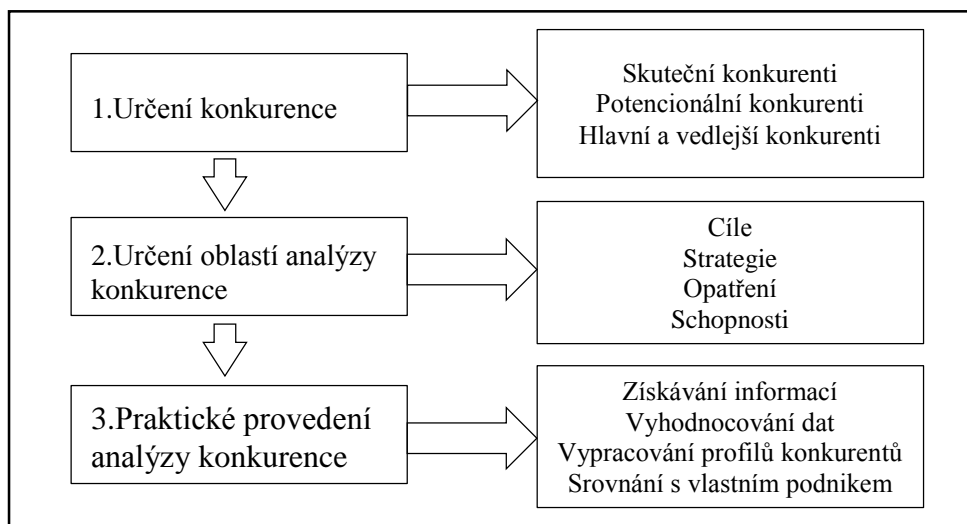
Živnost je soustavná podnikatelská činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. V Česku provozování živností upravuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (tzv. živnostenský zákon). - (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2015)

Všeobecné podmínky k získání živnosti fyzickou osobou jsou:

- dosažení věku 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost, pokud živnostenský zákon nestanoví jinak,
- občan splnil daňové povinnosti vůči státu.

1.4.2 Analýza konkurence

Na trhu většinou nejsme jediní, kteří poskytují zákazníkům podobné služby. Nacházíme se v rámci určitého odvětví v konkurenčním prostředí, kde jsme obklopeni mnoha dalšími firmami, které usilují o totéž co my. Vzájemné soupeření mezi firmami vytváří konkurenci (Kozel, 2006).



Obrázek 5: Postup při analýze konkurence (Wupperfeld, 2003)

Kdo jsou konkurenti?

Nejprve si musíme určit podniky, jež nám konkurují. K těm patří firmy, které prodávají našim cílovým zákazníkům stejné nebo podobné produkty. Existují tu pak ještě potencionální konkurenti, kteří se mohou stát našimi konkurenty v budoucnu, pokud například rozšíříme program nebo začneme působit v jiných zemích (Wupperfeld, 2003).

Pokud na našem trhu působí, příliš mnoho konkurentů, což v oblasti fitness ano, je většinou velice obtížné a příliš nákladné je všechny prozkoumat. A za určitých okolností ani nemá velký smysl podrobně studovat každého sebemenšího konkurenta zvlášť. Je dobré si konkurenty rozdělit na hlavní a vedlejší. Hlavními konkurenty jsou firmy, které hrají na vašem trhu velmi významnou úlohu a budou ji hrát i nadále (Wupperfeld, 2003).

K identifikaci současných hlavních a vedlejších konkurentů, ale také potencionálních konkurentů, můžou sloužit tyto vodítka:

- Jak konkurenti definují své poslání na trhu?
- Jaká je srovnatelnost a zastupitelnost výrobků?
- Jak jsou ostatní podniky svázány s odvětvím?

(Sedláčková a Buchta, 2006)

Průzkum předností a nedostatků konkurentů

Další důležitý krok pro analýzu konkurence je průzkum jejich předností a nedostatků. Konkurenty vyhodnocujeme např. podle těchto kritérií: obrat, růst, podíl na trhu, služby zákazníkům, skupiny cílových zákazníků, nákladová situace, ceny a prodejní cesty, sídlo, dostupnost zákazníkům, kompetence atd. (Sedláčková a Buchta, 2006).

Výstup z průzkumu předností a nedostatků konkurentů by nám měl ukázat naši konkurenční výhodu, či naopak naše konkurenční nedostatky. V následující tabulce jsou uvedeny body, jež je třeba brát v úvahu při analýze konkurence. Nesmíme však zapomenout na to, že při posuzování předností a nedostatků konkurentů nerozhoduje náš subjektivní pohled, nýbrž mínění zákazníků. Je tedy nejlepší se zákazníků přímo dotázat v rámci svého vlastního průzkumu trhu (Sedláčková a Buchta, 2006).

Tabulka 1: Informace o konkurenci (Sedláčková a Buchta, 2006)

Oblast	Co je třeba zkoumat
Produkt	<ul style="list-style-type: none"> • Sortiment • Kvalita produktu, přednosti a nedostatky • Struktura produktu
Výzkum a vývoj	<ul style="list-style-type: none"> • Vývojové aktivity, patenty • Know-how • Možnosti kooperace a komunikace
Prodej	<ul style="list-style-type: none"> • Cílové skupiny • Organizace prodeje • Koncepce reklamy • Služby zákazníkům • Cenová strategie
Zaměstnanci	<ul style="list-style-type: none"> • Věková struktura a schopnosti osazenstva • Stupeň vzdělání • Motivace, spokojenost s prací
Finance	<ul style="list-style-type: none"> • Vybavení vlastním kapitálem • Nadbytek financí • Možnosti financování prostřednictvím úpisu akcií • Možnosti získání cizích finančních zdrojů
Všeobecné informace	<ul style="list-style-type: none"> • Sídlo, právní forma • Obrat, zaměstnanci atd. • Podíly na trhu

1.4.3 SWOT analýza

Je jednoduchý nástroj pro stanovení strategie pro podnik vzhledem k vnitřním a vnějším podmínkám podniku. Podává informace jak o silných (*Strength*) a slabých (*Weakness*) stránkách podniku, tak i o možných příležitostech (*Oportunities*) a hrozbách (*Threats*) (Kozel, 2006).

Uplatnění SWOT analýzy můžeme nalézt ve strategickém vedení organizace. Organizace si podle ní může vypracovat plán jak rozvíjet své silné stránky a potlačovat, resp. utlumovat slabé a současně být připravena na potencionální příležitosti a hrozby. Cílem analýzy není zpracování bezmyšlenkovitého seznamu potencionálních příležitostí a hrozeb, silných a slabých stránek, ale především idea analýzy poskytující užitečné poznatky. Má-li SWOT analýza plnit svoji funkci v procesu musí její aplikace směřovat k identifikaci, nalezení a posouzení okolních vlivů, k predikci vývojových trendů a vnitřní situaci podniku a jejich vzájemných souvislostí (Sedláčková a Buchta, 2006).

SILNÉ STRÁNKY (+): * _____ * _____	SLABÉ STRÁNKY (-): * _____ * _____
PŘÍLEŽITOSTI (+): * _____ * _____	HROZBY (-): * _____ * _____

Obrázek 6: Grafické znázornění SWOT analýzy (Kozel, 2006)

1.4.4 PEST analýza

PEST analýza je klíčovou součástí při vytváření marketingové strategie. Je třeba analyzovat situaci, ve které se organizace nachází. Podnik neexistuje ve vzduchoprázdnu, tudíž formulovaná strategie musí vycházet z reálných podmínek svého okolí. Analýza dělí makrookolí do čtyř základních skupin:

1. politické a legislativní faktory,
2. ekonomické faktory,
3. sociální a demografické faktory,
4. technologické faktory (Sedláčková a Buchta, 2006).

Základním úkolem PEST analýzy je identifikovat oblasti, jejichž změna by mohla mít významný dopad na podnik, a odhadovat k jakým změnám v těchto klíčových oblastech může dojít. Je zřejmé, že jednotlivé vlivy se budou v čase měnit a že se bude měnit i jejich váha dopadu na podnik. Proto je nutné tyto vlivy průběžně sledovat a vyhodnocovat (Sedláčková a Buchta, 2006).

Politické a legislativní faktory

Jako podnik, který působí na území ČR, je důležité znát soustavu zákonů, vyhlášek a předpisů, která zahrnuje vliv vládních a politických orgánů. Jsou v nich totiž definovány určité hospodářské, ekologické, bezpečnostní, jakostní a zdravotní požadavky. Stát těmito pravidly chrání celospolečenské zájmy, spotřebitele i výrobce. (Kozel, 2006)

Ekonomické faktory

Tento indikátor je ovlivněn ekonomickou podstatou dané země a základních směrů ekonomického rozvoje a jsou charakterizovány stavem ekonomiky. Bezprostřední vliv na plnění základních cílů každého podniku, jsou míra ekonomického růstu, úroková míra, míra inflace, daňová politika a směnný kurz. (Sedláčková a Buchta, 2006)

Je také důležité sledovat například míru nezaměstnanosti, jelikož s rostoucí nezaměstnaností klesá koupěschopná poptávka, lidé nemají za co nakupovat. Obecně platí, že s rostoucími příjmy klesá procento výdajů na jídlo, procento výdajů na bydlení a domácnost zůstává stejná, ale roste procento výdajů na ostatní položky (oblečení, doprava, cestování a jiné služby) ale také procento vkladů do úspor. (Kozel, 2006)

Sociální a demografické faktory

Tento faktor je důležitý pro sportovní a kulturní odvětví jelikož k jeho úspěchu je třeba mít znalost kulturních a sociálních tradic. Jejich znalost a využívání může přinést významné efekty organizaci.

Celoplošné změny ve společnosti, ke kterým v české republice dochází, souvisejí se změnami základních hodnot společnosti. Se zvýšeným zájmem o vzdělání roste např. počet těch, kteří se zajímají o zdravý způsob života, vznikají tak nové segmenty zákazníků, jako jsou muži navštěvující posilovny, ženy pilates, nebo třeba lidé holdující zdravé racionální stravě, vegetariáni atd. (Kozel, 2006)

Technologické faktory

Technologické faktory, můžeme brát také jako inovační prostředí. V tomto prostředí vznikají nové trendy, technologie a změny v těchto oblastech mohou náhle a velmi dramaticky ovlivnit okolí, a tak naprosto obrátit konkurenční prostředí naruby (Sedláčková a Buchta, 2006).

Nové technologie stále více formují životy lidí, a proto je potřeba držet s nimi krok a neustále předvídat vývoje směrů. Může se to stát významným činitelem úspěšnosti podniku.

1.4.5 Marketingový mix

Marketingový mix je skupina nástrojů, jimiž je firma schopna ovlivnit své okolí a díky nimž realizuje své plány.

Do marketingového mixu řadíme tzv. 4 P:

- product (výrobek),
- price (cena),
- place (distribuce),
- promotion (komunikace) - (Strouhal, 2014).

1.4.6 Franšíza

Franchising je metoda prodeje zboží a služeb. Sám termín „franchising“ je velmi široce užívaný. Stručně řečeno se tento termín používá k vyjádření toho, čemu se dříve říkalo licenční smlouva. (Mendelsohn, 1994)

Obchodní prvky franšízy:

- celková koncepce podnikání,
- založení podniku a vyškolení pracovníků ve všech oblastech vedení podniku podle dané koncepce,
- trvalou pomoc a vedení (Mendelsohn, 1994).

1.4.7 Dotazování

Smyslem dotazování je zadávání otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou podkladem pro získání požadovaných primárních údajů. Vybraní respondenti, kteří budou dotazováni, musí odpovídat cíli a záměrům výzkumu. (Kozel, 2006)

1.4.8 Finanční plán

Finanční plán transformuje všechny části podnikatelského plánu do číselné podoby. Prokazuje reálnost podnikatelského záměru z ekonomického hlediska (Srpová, 2011).

Klasifikace nákladů

PODLE DRUHU

Toto třídění odpovídá na otázku, co bylo spotřebováno. Náklady by měli být rozděleny do stejnorodých skupin spojených s činností jednotlivých výrobních faktorů. Základními nákladovými druhy jsou:

- spotřeba materiálu,
- odpisy,
- mzdové a ostatní osobní náklady,
- finanční náklady,
- náklady na externí služby. (Synek aj., 2003)

JEDNICOVÉ NÁKLADY

„Stanovení nákladového úkolu u jednicových nákladů vychází z jejich bezprostředního vztahu k dílčímu nebo finálnímu výkonu konkrétních operací nebo jiného konkrétně definovatelného věcného nositele.“ – (Strouhal, 2014, str. 70)

REŽIJNÍ NÁKLADY

„Režijní náklady zahrnují náklady na obsluhu a řízení a část technologických nákladů souvisejících s technologickým procesem.“ – (Strouhal, 2014, str. 71)

Kalkulace

Je činnost směřující ke stanovení nebo zjištění nákladů a dalších hodnotných veličin na výkon.

PROSTÁ KALKULACE DĚLENÍM

Náklady na kalkulační jednici n se zjišťují podle položek kalkulačního vzorce dělením úhrnných nákladů N za období počtem kalkulačních jednic q vyrobených v období. (Synek aj., 2003)

Bod zvratu

Tento termín představuje minimální objem prodaných výrobků či služeb, kdy se podnik nachází v situaci nulového zisku. Tento bod se nachází, kdy firma tržbami z prodeje dokáže pokrýt veškeré celkové fixní i variabilní náklady (Strouhal, 2014).

Cash flow

Jedná se o rozdíl mezi konečným a počátečním stavem peněžních prostředků. Podnik musí mít dostatek peněžních prostředků (fondů) k tomu, aby mohl v potřebnou dobu zaplatit faktury za suroviny a energii, vyplatit mzdy a platy, zaplatit režijní náklady, splatit půjčky, zaplatit daně apod. To všechno jsou peněžní výdaje podniku, aby je mohl uskutečnit, musí mít peněžní příjmy. Peněžní příjmy a výdaje představují trvalý peněžní tok, cash flow. (Synek aj., 2003)

2 ANALYTICKÁ ČÁST

2.1 Analýza konkurence

2.1.1 Hlavní konkurenti

CrossFit Inc.

- sídlo: Santa Cruz, Kalifornie, USA
- produkt: CrossFit (fitness program kombinující prvky gymnastiky, atletiky a vzpírání)
- cena lekce: 100 – 180 Kč/h
- cena licence: 4500 \$/ročně
- podíl na trhu v ČR: 12 licencovaných tělocvičen

I když CrossFit Inc. sídlí v USA, jeho celosvětový rozmach je neuvěřitelný. Tělocvičny v ČR jsou tak konkurenty, ale i potencionálními zákazníky. Licence CrossFit je nastavená na obrovskou sumu 4500 \$ ročně, v tom tkví naše výhoda. Další nevýhodou pro licence CrossFit je jejich ne příliš vypracovaný systém tréninků a navíc lekce CrossFit nemají žádnou podporu výživových doplňků.

Performance training

- sídlo: PPC centrum, Ostrava, Česká republika
- produkt: Protokoly PT (ucelené cvičební protokoly s příručkou jak krok po kroku dosáhnout kýžených výsledků)
- cena protokolu: 2000 – 4500 Kč
- podíl na trhu v ČR: 30 000 prodaných protokolů

Performance training neohrožuje můj cvičební program přímo, ale jejich výtečně zpracované protokoly mají velkou oblibu a lidé podle nich můžou cvičit sami bez jakékoliv asistence trenéra. Nevýhoda je však v tom, že aby se člověk mohl posouvat dál a dál, musí si zakupovat další protokoly. Náš cvičební program je sestaven tak, aby měl klient radost z pohybu a zároveň se zdokonaloval ve svém snažení, navíc je po celou dobu pod vedením zkušených trenérů.

Get up sports

- sídlo: Avalon fitness, Praha, Česká republika
- produkt: GetUpSports a GetUpCamp (skupinové lekce a kempy)
- cena za lekci: 90 – 100 Kč/h
- podíl na trhu v ČR: 5 tělocvičen a 12 kempů ročně

Get up sports je velmi podobný koncept tomu mému. Cvičí se na několika místech republiky pod vedením licencovaných trenérů, avšak lekce get up se spíše podobají kruhovým tréninkům a HIIT programům, mé lekce nabízejí komplexní řešení na rozvoj síly, rychlosti, obratnosti, vytrvalosti a dynamiky.

2.1.2 Vedlejší konkurenti

Zde bych mohl zahrnout všechny posilovny a tělocvičny s funkčním tréninkem po celé České republice, avšak všechny tyto posilovny a fitcentra jsou mými potenciálními zákazníky. Navíc žádná tělocvična nemá vypracovaný program, který by se cvičil stejně jak v Brně tak například v Praze.

2.2 SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY (+): <ul style="list-style-type: none">- ucelený cvičební program, který zatím nikdo nemá- nízká cena oproti konkurenci- poskytování nadstandartních služeb- vlastní lektoři- marketingový fond	SLABÉ STRÁNKY (-): <ul style="list-style-type: none">- velká vstupní investice pro fitcentra do licencí- vysoká cena školení- klienti musejí na školení dojíždět do Brna- vysoké režijní náklady- serióznost programu
PŘÍLEŽITOSTI (+): <ul style="list-style-type: none">- prosadit se na zahraničním trhu- vybudovat silnou komunitu- prodej značkového oblečení B-FIT- vytvořit mezi tělocvičnami celoroční ligu, která vyústí velkými závody	HROZBY (-): <ul style="list-style-type: none">- krádež programu- napodobování konkurencí- zrušení licencí v důsledku nezájmu o program- přílišná kritika

2.3 PEST analýza

2.3.1 Politické faktory

Česká republika nabízí stabilní daňovou politiku, což je výhodou pro většinu organizací. Vláda České republiky také zaručuje stabilitu právního prostředí a zákony České republiky jsou zabezpečeny soudní mocí. Dalším nezávislým úřadem, na který se můžeme obrátit v nouzi je Evropský soudní dvůr, jelikož Česká republika je součástí Evropské unie. Politické prostředí v České republice je zastoupeno z větší části demokratickými stranami, které nám zaručují stabilitu hospodářského vývoje.

2.3.2 Ekonomické faktory

Na vývoj podnikání mají dopad faktory jako jsou například HDP, inflace, průměrná mzda či nezaměstnanost. Tabulka č. 2 nám ukazuje, jak se vyvíjí různé ekonomické ukazatele.

Například letos jsme svědky velkého ročního přírůstu v HDP. To značí velký hospodářský růst, a tak můžeme čekat, že lidé budou více utrácet za služby.

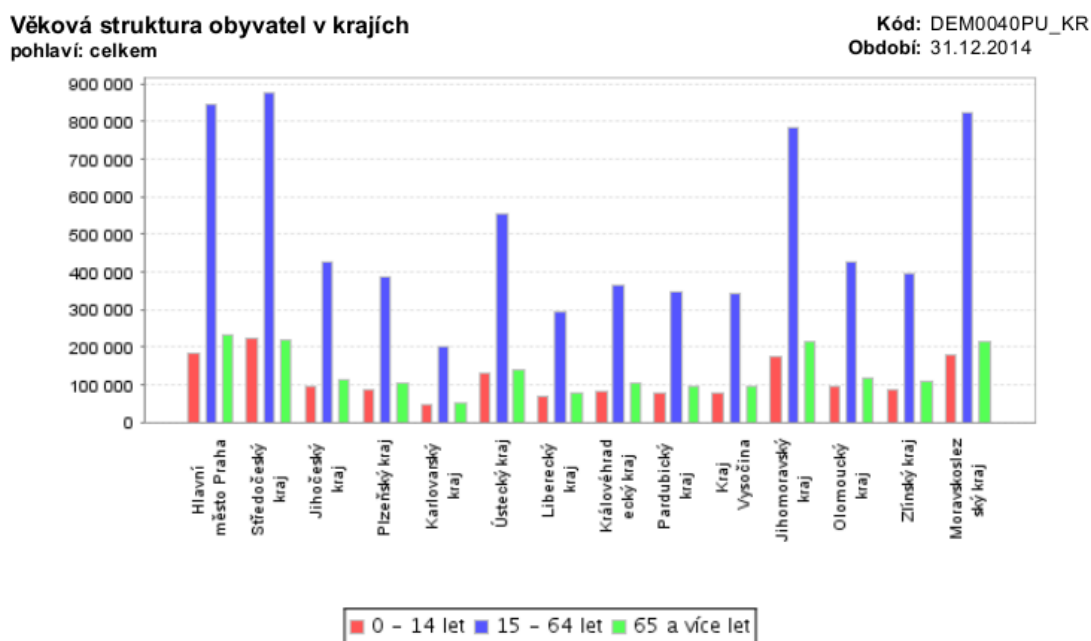
Tabulka 2: Ekonomické ukazatele (Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 2015)

Ukazatel	Měrná jednotka	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Obyvatelstvo (stav koncem roku)*)	tis. osob <i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	1020,3	1021,1	1022,1	1025,1	1028,7	1038,1	1046,8	1050,7	1053,3	1050,5	1051,6	1051,2	1053,8
Hrubý domácí produkt ***)	mlrd Kč, běžné ceny <i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	2567,5	2688,1	2929,2	3116,1	3352,6	3662,6	3848,4	3759,0	3790,9	3823,4	3845,9	4086,3	4266,1
Hrubý domácí produkt ***)	mlrd Kč, srovnatelné ceny <i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	104,9	104,7	109,0	106,4	107,6	108,2	105,1	97,7	100,8	100,9	100,6	-	104,4
Průmyslová produkce a)	<i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	102,1	103,6	110,4	103,9	108,3	110,6	98,2	86,4	108,6	105,9	99,2	99,9	104,9
Stavební produkce **)	<i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	103,0	109,3	108,8	105,2	106,0	107,1	100,0	99,1	92,6	96,4	92,4	93,3	104,3
Zaměstnanost b) ***)	tis. osob, průměr za rok <i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	485,1	483,0	478,0	481,3	485,6	494,5	499,3	472,1	461,6	460,7	467,3	462,2	465,0
Produktivita/1 pracovníka ***)	tis. Kč, srovnatelné ceny <i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	553,6	577,0	610,7	647,4	686,7	713,1	728,1	735,3	770,6	786,2	767,2	859,1	870,9
Registrovaná nezaměstnanost	tis. osob, průměr za rok <i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	107,6	109,2	103,0	95,7	92,3	82,7	82,6	143,4	113,6	96,0	99,3	111,9	99,5
Míra nezaměstnanosti - registrov. +) - dle VŠPS (met. ILO)	%, průměr za rok	9,2	9,9	9,2	9,0	8,1	6,6	5,4	8,0	9,0	8,6	8,6	7,7	7,7
Spotřebitelské ceny (roční průměr)	<i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	101,8	100,1	102,8	101,9	102,5	102,8	106,3	101,0	101,5	101,9	103,3	101,4	100,4
Průměrná měsíční nominální mzda (na fyz.os.) ***)	Kč <i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	1576,7	1675,2	1786,9	1876,3	1999,8	2145,2	2328,0	2409,4	x	x	x	x	x
Reálné mzdy	<i>index (stojně obl. m.r.=100)</i>	105,9	106,1	103,8	103,0	104,0	104,4	102,1	102,5	x	x	x	x	x

2.3.3 Sociálně-demografické faktory

I když ve společnosti je rozšířený názor, že sport a pohybová aktivita je spíše pro mladé, není tomu tak. Fitness program je určen také pro lidi s handicapem nebo ho můžou využít například i senioři. Následující graf ukazuje věkovou strukturu obyvatelstva v krajích. Podle toho také budeme vybírat potencionální tělocvičny, kam by se dal program prodat. Čím větší zastoupení střední věkové kategorie, tím více potencionálních zákazníků.

Graf 1: Věková struktura obyvatelstva v krajích (Český statistický úřad, 2015)



2.3.4 Technologické faktory

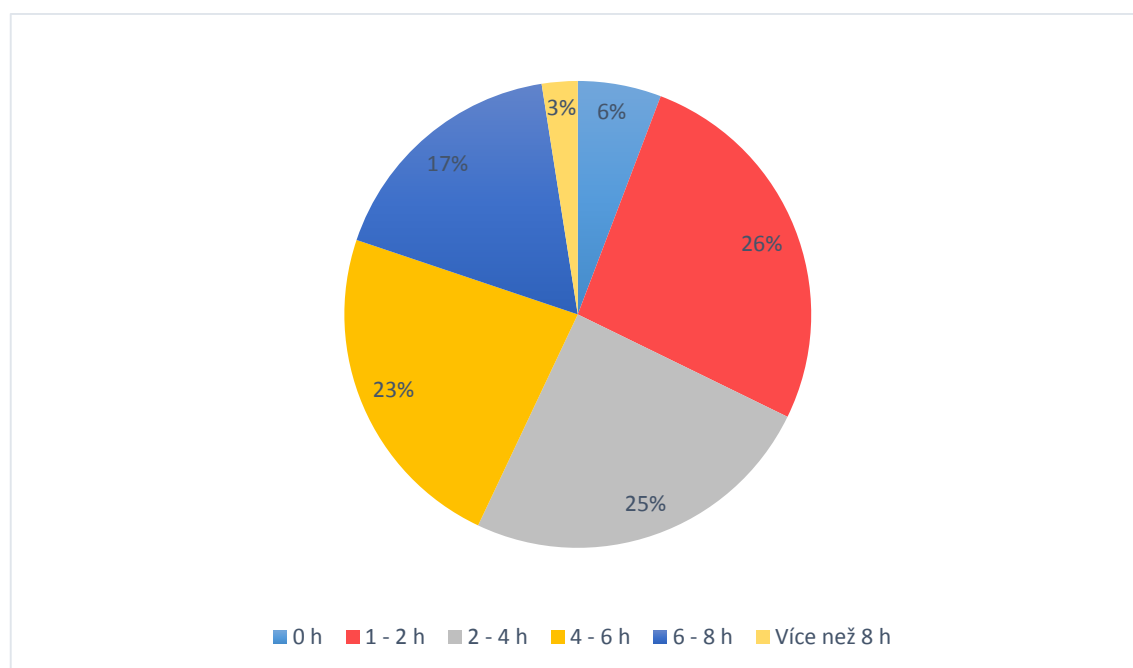
Technologické faktory se týkají fitness a sportu globálně. Je tedy třeba stále sledovat, nejnovější trendy, kam se fitness ubírá. I když program B-FIT je založen především na znalostech vycházejících ze sportů, které už se moc nemají kam posouvat po technické stránce, není na škodu sledovat vývoj konkurence a jejich metod.

2.4 Výsledky ankety

Výsledky ankety měli napomocť s formováním ceny lekcí a podobou projektu. Jednotlivé otázky také napomohli ke zvážení jednotlivých pilířů v programu, zda jsou potřebné a zda by tyto služby lidé využili. Celkem na anketu odpovědělo 417 respondentů. Anketa je sestavena z otázek, které jsou přiloženy v příloze č. 1.

Kolik hodin týdně věnujete cvičení?

Graf 2: Počet hodin cvičení týdně (Survio.com, 2015)



Z grafu vyplývá, že nejvíce lidí cvičí dvakrát až třikrát týdně. Z toho program vychází a optimální týdenní náplň lekcí jsou dvě.

Kolik jste maximálně ochotni zaplatit za skupinovou lekci?

Anketa měla 5 možností: 80 Kč/h, 100 Kč/h, 120 Kč/h, 150 Kč/h, 200 Kč/h. Načež nejvíce respondentů volilo právě první dvě nejlevnější varianty. Dohromady tedy celých 72,8% respondentů by nedalo za skupinovou lekci více jak 100 Kč. Je tedy zřejmé, že by se lekce měli pohybovat v takové cenové výši, aby vyhověli klientům. Jelikož však program B-FIT má nadstandartní služby i s výživovými doplňky není možné tuto cenovou hranici dodržet, jelikož náklady jsou příliš vysoké. Proto byla vytvořena lekce B-FIT OPEN kde cena bude 100 Kč/h, avšak bez jakýchkoliv dalších služeb.

Jaké cvičení preferujete?

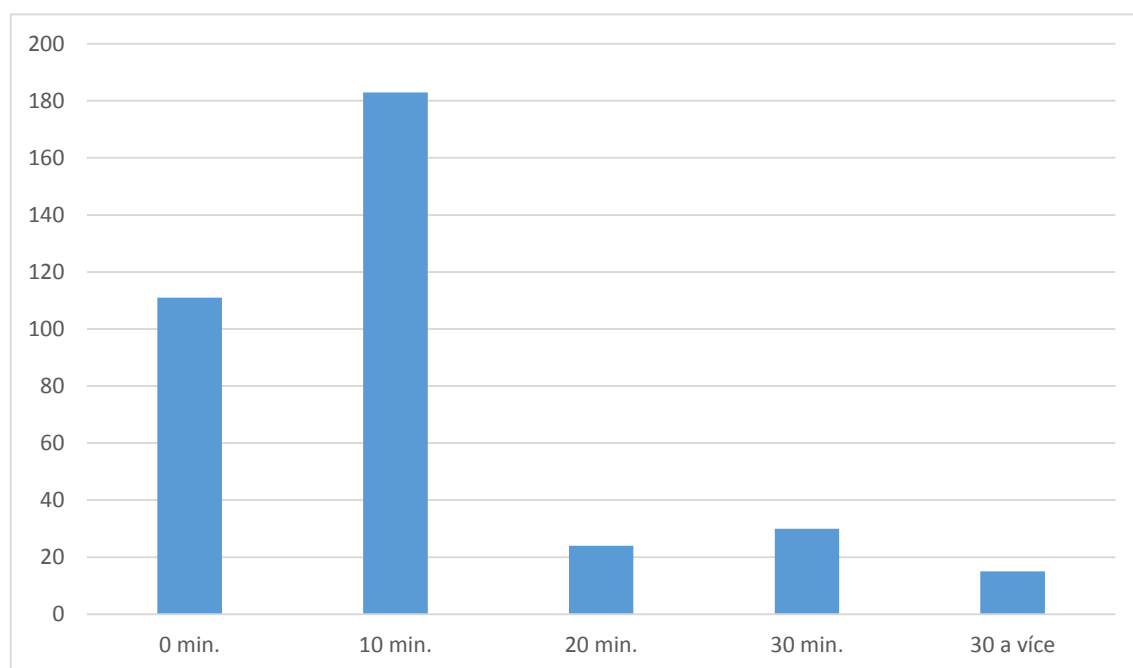
Tato otázka byla čistě informativní, měla jen prozkoumat, zda je mezi klienty ještě stále zájem o skupinové lekce. 30% dotázaných preferuje skupinové lekce, což je stále velké číslo.

Seřad'te podle důležitosti od nejvíce důležité po nejméně důležité.

Respondenti měli seřadit čtyři položky od nejvíce důležité po nejméně důležité. Položka regenerace kupodivu byla vždy na prvním místě, je tedy jasné, že pro klienty je regenerace velmi důležitá. Následovali položky znalosti o vlastním těle, trénink a strava na posledním místě. Toto jsou pro mě cenné ukazatele, jelikož lidé zajímají znalosti o vlastním těle a to jim náš program přesně nabízí. Na posledním místě z velké části byla strava, tohle můj program chce změnit a dodat klientům kvalitní znalosti o stravě a změnit tak jejich vnímání stravy, jelikož strava by měla být na prvním místě.

Kolik minut strávíte rozvržením a přípravou tréninku?

Graf 3: Příprava tréninku (Survio.com, 2015)



Je otázkou, zda 10 min. na přípravu tréninku je hodně či málo. Většina lidí si zvyklo cestou do posilovny nebo na trénink využít čas v MHD a připravit si tak trénink. Je dobré, že tomu lidé věnují čas, avšak podle mého názoru a zkušeností jsou většinou „tréninky z MHD“ nedbalé, nekompletní a nemají hlavu ani patu.

Sebevzděláváte se v oblasti fitness?

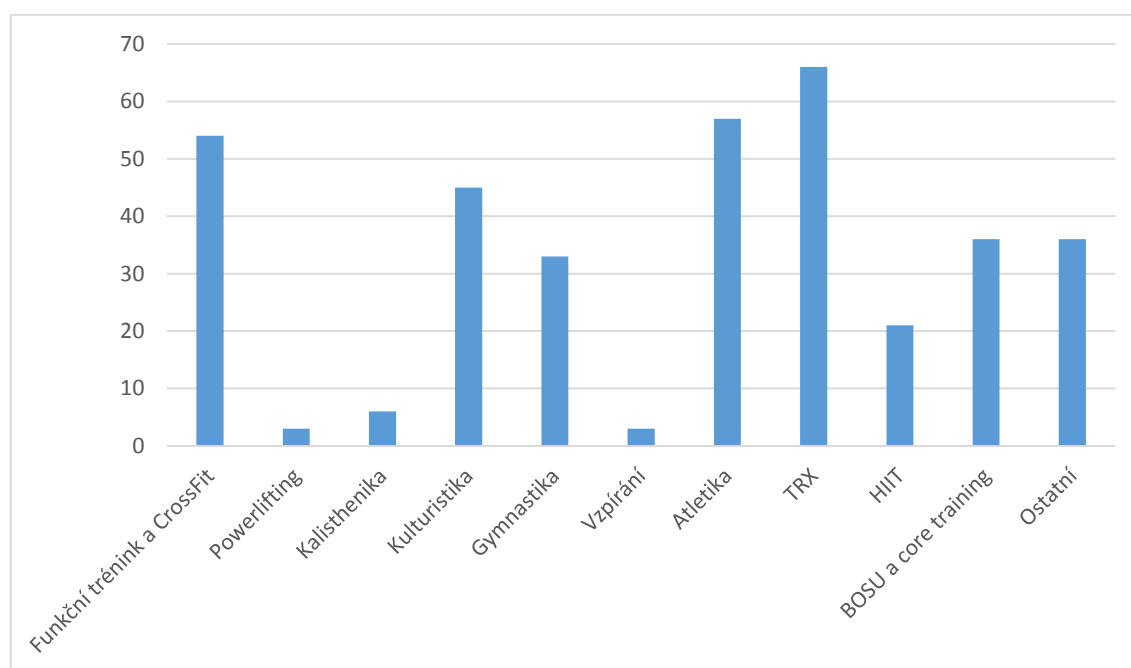
Tato otázka byla spíše mířená na to, zda lidé mají zájem o příjem kvalitních znalostí a zda úplně nezahodit myšlenku krátkých seminářů na lekcích. 57,9% respondentů odpovědělo, že ano a 42,2% ne. Není to až taková úplná převaha, než jsem čekal, ale výsledky mě utvrdili v tom, že lidé stále mají zájem dozvědět se nové poznatky a stále se posouvat ve svém snažení a výkonech.

Zaškrtněte typ cvičení, se kterým už jste se někdy setkali a vyzkoušeli ho.

Tato otázka spíš byla myšlena jako podklad pro otázku následující. Většina respondentů se setkala z velké části s atletikou, gymnastikou a TRX. Další otázka má pak zodpovědět, jaké typy cvičení respondenti preferují.

Které z předešlých cvičení vám nejvíce vyhovuje?

Graf 4: Typy cvičení (Survio.com, 2015)



Tahle část ankety pro mě byla nejzajímavější, jelikož ukazuje, jaké typy cvičení lidem vyhovuje. Ve výsledku si vedli dobře typy cvičení jako CrossFit, gymnastika, atletika a TRX. Přesně tyto všechny prvky tréninků jsou zahrnuty do programu B-FIT.

Co očekáváte od svého trenéra?

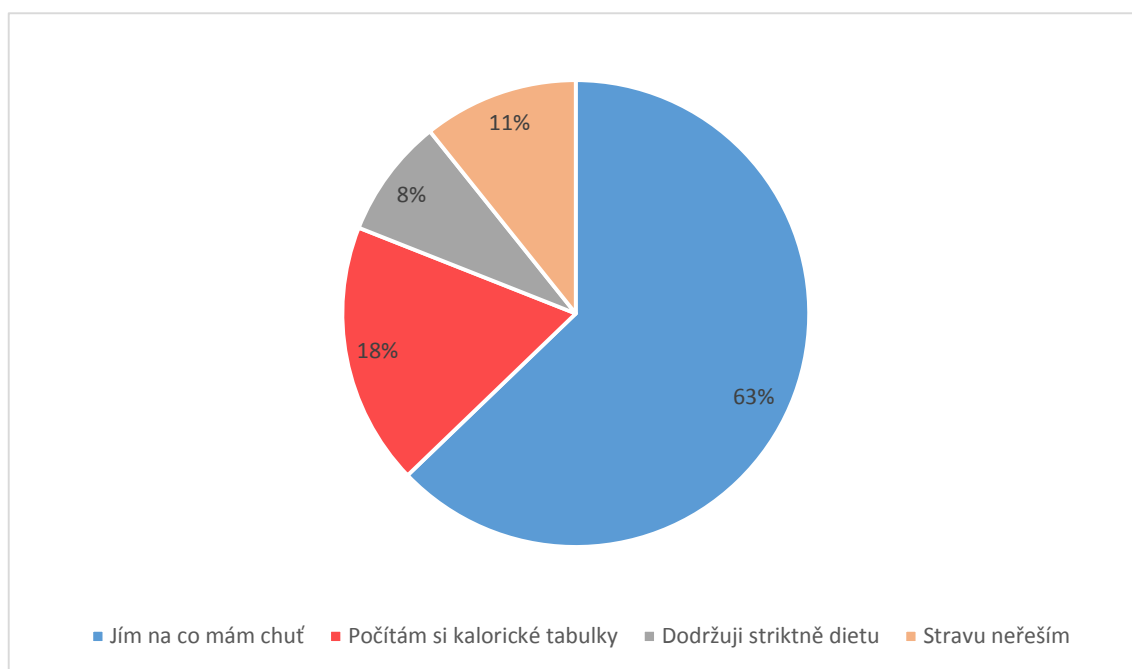
Tento průzkum byl z velké části již daný, každý přece od svého trenéra očekává ty nejlepší služby, avšak 38% dotázaných nezaškrtnulo možnost „*očekávám od svého trenéra, aby připravil trénink, nabudil mě, naučil mě správnou techniku cviků a poradil se stravou a výživovými doplňky*“. Je to sice zlomek dotázaných, ale očividně ne všichni ocení radu trenéra ohledně stravy a výživových doplňků.

Myslíte si, že jsou výživové doplňky jako proteiny, BCAA, gainery, spalovače atd. špatné?

Pouze 15% dotázaných odpovědělo ano. To je indikátor toho, že by se do programu měla zapojit nějaký výrobce výživových doplňků a dodávat tak doplňky do všech licencovaných tělocvičen B-FIT.

Potřebujete radit s jídelníčkem, nebo jej neřešíte?

Graf 5: Jídelníček (Survio.com,2015)



228 respondentů odpovědělo, že jí na co mají chuť. To je přesně to k čemu se snaží vést náš program, aby lidé jedli, na co mají chuť, ale selektovali potraviny podle Paleo diety, jak prosté.

Ocenili byste lekci, kde vám naservírují kompletní služby, od cvičení, přes vypilování techniky jednotlivých cviků až po krátké semináře o stravě, plus by v ceně byl zahrnut kompletní výživový před-tréninkový i po-tréninkový servis?

Tato otázka byla položena napřímo a 74,4% respondentů odpovědělo ano, mám zájem o takovou lekci. To mě jen utvrdilo v tom, že takový program má smysl.

Jakou máte představu, že by takové lekce stáli?

Tato otázka navazuje na otázku předchozí, bylo těžké vyselektovat odpovědi, jelikož otázka byla otevřená. 40% respondentů však napsalo, že cena takových lekcí stála kolem 5000 Kč/měsíc. Skoro 30% odpovědí bylo 200 – 500 Kč/h nebo nezdravě mnoho. Tyto odpovědi mě velmi potěšily, jelikož naše lekce jsou nastaveny tak, aby nikdy nepřesáhli částku 180 Kč/h a lekce B-FIT OPEN jsou dokonce za 100 Kč/h. Je tedy jasné, že lidé chtějí takovouto službu, ale bojí se, že se všemi jejími složkami by stála příliš mnoho.

2.5 Marketingový mix

2.5.1 Výrobek

Licence B-FIT

Tento produkt chrání poctivé provozovatele programu B-FIT, aby se odlišili od konkurence, která se jen snaží napodobovat tento program. Licence také slouží k tomu, aby tělocvična dostala veškeré potřebné zázemí a profesionální školení do programu B-FIT. Navíc tímto tahem tělocvičně poskytujeme jednotný marketing, který jim přiláká nové zákazníky.

Kurz B-FIT

Kurz je určen především pro trenéry, aby našli své uplatnění v licencovaných tělocvičnách. Je také potřeba projít kurzem, aby se taková tělocvična dala založit. Kurz by měl naučit trenéry všechny potřebné aspekty k tomu, aby se z nich stali kvalitní mentoři a úspěšní trenéři ve svém oboru. Náplň dvoudenního kurzu je technicky vybavit trenéry, aby zvládli všechny základní aspekty tréninku. Doplnit jim znalosti o stravě a znalostech o lidském těle tak, aby se vyučoval na všech pobočkách stejně.

Jednotné oblečení B-FIT

Kvalitní a jedinečná sada oblečení, která se bude prodávat ve všech licencovaných tělocvičnách jak pro účastníky kurzů, tak pro širokou veřejnost. Jednotné oblečení je v přílohách č. 5 až 7.

2.5.2 Cena

Cena výrobků je stanovena tak, aby byla konkurence schopná a zároveň aby byla zisková. Ve finančním plánu je přesně rozepsán bod zvratu. Je třeba stále sledovat vývoj konkurence a držet ceny tak, aby byli přijatelné pro klienty.

2.5.3 Distribuce

Distribuce výrobků je pro nás důležitá. K dispozici budu vždy já a dva trenéři. Pokud tedy přijde objednávka na licenci tělocvičny, je nutné, aby již druhý den někdo z nás začal vyřizovat objednávku, dorazil na místo licencování a provedl všechny potřebné kroky k tomu, aby byla objednávka úspěšně dotažena do konce.

Kurzy budou probíhat jednou měsíčně a klienti sami musí dorazit na místo kurzu. Kurzy budou probíhat v již licencovaných tělocvičnách.

Co se týče jednotného oblečení, tak zboží se distribuuje do licencovaných tělocvičen, kde si již řídí prodej sami. Naším úkolem je tedy udržet dostatečný počet skladových zásob v tělocvičnách.

2.5.4 Komunikace

Velkou částí mých režijních nákladů je investice do reklamy. Je důležité být vidět a nepřímo komunikovat s potenciálními zákazníky. Proto naše marketingová strategie zahrnuje krátká sdělení, jejichž cílem není nalákat lidi do tělocvičen na naše kurzy, ale aby se zamysleli a přehodnotili své dosavadní snažení a sami se rozhodli, zda chtějí přijít na lekce B-FIT.

Navíc je vytvořen marketingový fond, kam všechny licencované tělocvičny ročně přispívají, aby byla marketingová strategie jasně vymezena a byla jednotná.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 Představení projektu

B-FIT je skupinová lekce pod vedením zkušených trenérů, která kombinuje prvky atletiky jakožto královny sportu, gymnastiky a její nedílné gymnastické průpravy a vzpírání jakožto techniky na rozvoj síly a symetričnosti. Dále nabízí klientům možnost sebevzdělávat se v oblasti fitness a poskytuje jim kompletní výživový servis jak před tréninkem, tak po tréninku.

Tato kombinace třech sportovních odvětví vytváří ucelený fitness program pro celou škálu zákazníků, od nejmenších cvičenců až po seniory. Sestavy cviků nebudou prováděny na hypermoderních strojích v posilovnách, ale budou se opírat o staletí známé a prověřené cviky. Ty vycházejí z přirozeného pohybu a jejich jediné opodstatnění v tréninku nejsou výsledky z počítače, ale staletí přirozeného vývoje a aplikace v běžném životě.

B-FIT se také opírá o tři hlavní pilíře, jejichž náplň je strava, trénink a znalosti o vlastním těle. Podobné fitness programy byly a jsou po celém světě, avšak B-FIT nabízí komplexní řešení pro klienty, jejichž náplní pohybových aktivit není stále a dokola se opakující sestavování tréninků a jídelníčků, nýbrž volnost a ušetřený volný čas. Tento fitness program by měl klientům odbourat stres a ne jim ho přidělovat. Měl by klienty nasměrovat k samostatnosti a postupně je vzdělávat, aniž by si to sami uvědomovali.



Obrázek 7: Logo B-FIT (Vlastní tvorba)

O programu

B-FIT je registrovaná obchodní značka. Jako taková je licencovaná a tudíž nesmí být napodobována. Její know-how tkví ve školení nových a licencovaných trenérů a také zakládání nových licencovaných tělocvičen. B-FIT lekce smí vést jen licencovaní trenéři v licencovaných tělocvičnách.

Trenéři jsou školení ve správné technice cviků, stravě a znalostech o lidském těle, a to jak po stránce fyzické, tak psychické. Musejí program zvládat nejenom perfektně teoreticky, ale také prakticky, to znamená, že se sami musejí aktivně zapojovat do lekcí. Trenéři by měli být vždy o jeden krok napřed před svými klienty.

3.2 Koncept projektu

Program B-FIT je rozdělen do několika dílčích lekcí. Každý klient však musí projít úvodní hodinou „B-FIT INTRODUCTION“. Cílem celého programu je vést klienty k samostatnosti a tak mají možnost rozšiřovat své znalosti a úroveň tréninku do třech dalších úrovní (BASIC, ADVANCED, SPORT). Je čistě na klientovi, zda bude chtít v programu pokračovat či nikoliv. Lekce jsou pod vedením zkušených trenérů, kteří mají za úkol předat klientům znalosti o stravě a stravování jako takovém, naučit je správnou techniku cviků a v neposlední řadě naučit klienty umět pracovat a naslouchat svému tělu a motivovat jej. Dále pak program B-FIT nabízí na všech jejích lekcích v ceně kompletní výživové doplňky pro trénink, jako jsou proteiny, BCAA, sacharidy a vše co je pro klienta potřebné pro správný a vyvážený trénink.

Každá z lekcí je stanovená minimálně na 4 týdny, aby klienti měli dostatek času osvojit si všechny potřebné znalosti.

3.2.1 Struktura programu B-FIT

B-FIT je rozdělen na několik lekcí a každý klient si může vybrat tu správnou pro sebe. Všichni však musejí projít úvodní hodinou. V ceně každé z těchto lekcí jsou také před tréninkové a po tréninkové výživové doplňky.

B-FIT INTRODUCTION

- Doba trvání: 1 h
- Cena: 100 Kč
- Obsah lekce: Klienti se na své první hodině seznámí s programem a trenér je provede úvodní hodinou, kde si osahají základní cviky používané v programu, dostanou také balíček výživových doplňků a trenér jim na konci hodiny poví také něco málo o stravě.

B-FIT BASIC

- Doba trvání: 12 lekcí
- Cena: 2 200 Kč
- Obsah lekce: Basic program je určen pro úplné začátečníky. Měl by klienty naučit naprosto základním cvikům, jako jsou dřepy, kliky, sedy-lehy a shyby. Cílem je, aby klienti zvládali na konci programu všechny tyto gymnastické cviky naprosto s přehledem a bez sebemenší námahy. Samozřejmě program se nebude zabývat jen těmito čtyřmi cviky, ale bude se jednat především o lekce, kdy si klienti osvojí práci s vlastním tělem. Vedle běhání a skákání přes švihadlo se mohou také těšit například na cviky na hrazdách a stoj na rukou.

B-FIT ADVANCED

- Doba trvání: 24 lekcí
- Cena: 3 900 Kč
- Obsah lekce: Jelikož by klienti na této úrovni měli zvládat cviky s vlastní vahou, lekce Advanced se budou věnovat hodně vzpěračským technikám, aby klienti nabrali sílu a rychlost. Náplň lekce však nebude jen vzpírání, ale do lekcí se budou zapojovat i cviky s vlastní vahou a zde začíná samotná kombinace všech tří odvětví tréninku jak gymnastiky, tak atletiky a vzpírání.

B-FIT SPORT

- Doba trvání: 1 rok
- Cena: 12 000 Kč
- Obsah lekce: Zde už vstupujeme do kategorie Sport, která je určená všem klientům, kteří se chtějí zúčastňovat závodů a reprezentovat tak svoji

tělocvičnu. Ročně je v ČR asi 20 různých CrossFitových nebo podobných závodů a tak jedinou podmínkou být součástí těchto lekcí, je zúčastňovat se závodů a tak reprezentovat svoji tělocvičnu. U těchto lekcí už neplatí, že klienti dostanou sportovní výživu v ceně. Cena zahrnuje jen lekce pod vedením trenérů, kteří klienty vedou ke zdokonalování a lepším výsledkům.

B-FIT OPEN

- Doba trvání: 1 lekce až 1 měsíc
- Cena: 120 – 1 200 Kč
- Obsah lekce: Lekce jsou určené pro všechny klienty, kteří se zúčastnili, či nezúčastnili předešlých kurzů. Jedinou podmínkou účasti na lekci je absolvování B-FIT INTRODUCTION. Klientům se po celou dobu lekce věnuje trenér a sestaví jim trénink podle jejich výkonnosti a fyzických možností. Klienti by měli mít z lekce plnohodnotný pocit tréninku, avšak na této lekci neprobíhají žádné semináře o stravě a znalostech o vlastním těle. V ceně nejsou ani výživové doplňky. Lekce má formu regulérní skupinové lekce, kde si lidé přijdou zacvičit pro své vlastní potěšení a dobrý pocit, s tím rozdílem, že by již měli znát a zvládnout základní škálu cviků, a tak se předejít případnému zranění.

3.2.2 Trénink

Příklad jedné tréninkové jednotky B-FIT OPEN

Warm up (rozcvička):

- atletická abeceda
- dynamický strečink
- 10x HR push ups
- 10x low bottom squats

Buy in (lehké zahřátí s vlastní vahou):

- 100x single unders (přeskok přes švihadlo)
- 50x double unders (dvojskok přes švihadlo)
- 200x single unders
- 50x double unders

10min. Technique (technika):

Počty: 10 – 9 – 8 – 7 – 6 – 5 – 4 – 3 – 2 – 1

Váhy v kg: 20 – 25 – 30 – 35 – 40 – 45 – 50 – 60 – 70 – 80

Cvik: Snatch (Trh)

Midline (střední pásmo tréninku, silová část)

10 min. EMOM (Každou minutu daný počet cviku, do konce minuty odpočinek)

- 5x push press (50 kg)
- 5x chest to bar

WOD (hlavní část tréninku):

A) 21 – 15 – 9 (všechny cviky nejdříve po 21 opakování pak 15 a nakonec 9)

- Long jump (2m)
- Goblet squat (16 kg)
- Sit ups

+1min. max swings (16 kg)

B) 13 min. AMRAP (co nejvíce kol vypsanych cviků)

1st min. HS (první minuta stoj na rukou)

- 5x toes to bar
- 10x KB snatch
- 5x toes to bar

- 10x pull ups
- 5x v-ups
- 10x ring muscle up
- 5x v-ups
- 10x KB hang power clean

Buy out (rozvoj mobility a core):

Tabata (8 kol - 20s práce, 10s odpočinek)

- front plank
- left/right side plank
- v-sit

Cool down and stretching (závěrečný strečing):

- prvky power yoga
- pilates
- gymnastický strečink

3.2.3 Produkty B-FIT

Kurz B-FIT

- Cena: 15 000 Kč

Kurz B-FIT je určen pro sportovní nadšence, ale i pro profesionální trenéry, kteří se chtějí živit jako B-FIT instruktoři. Na kurzech se učí základní technické provedení cviků, znalosti jak fyziologie, tak psychologie sportu, strava a znalost doplňků stravy. Tento kurz je také důležitý absolvovat, pokud si někdo chce otevřít licencovanou tělocvičnu B-FIT. Kurz je dvoudenní. Cena kurzu zahrnuje jednotné oblečení B-FIT, občerstvení + výživové doplňky od výhradního dodavatele doplňků pro B-FIT, brožuru s informacemi o B-FIT a reklamní předměty jako tužky, klíčenky, batůžek a samolepky B-FIT.

Licence B-FIT

- Cena: 60 000 Kč

Cena za licenci je jednorázová a zahrnuje banner, oblečení pro personál a dvoudenní přítomnost jednoho z licencovaných trenérů, který bude po ruce a je k dispozici k jakýmkoliv dotazům. Trenér zaškolí personál, pomůže s marketingovou strategií a zasvěť celou tělocvičnu do programu B-FIT.

1y B-FIT licence

- 12 000 Kč/rok

Jednoroční licence je určená pro licencované tělocvičny B-FIT a je to spíš takový fond do jednotného marketingu programu. Má za úkol rozvoj celého programu a přilákání nových zákazníků do tělocvičen.

Oblečení B-FIT

Triko B-FIT – 330 Kč

Mikina B-FIT – 580 Kč

Šortky B-FIT – 455 Kč

Oblečení je primárně určeno ke koupi klientům programu B-FIT, ale zakoupit si ho může i široká veřejnost.

3.3 Finanční plán

3.3.1 Počáteční kapitál

1 200 000 Kč – zdroj krytí, vlastní kapitál

3.3.2 Klasifikace nákladů

Tabulka 3: Klasifikace nákladů podle druhu (Vlastní tvorba)

	Položka	Cena ks	Počáteční náklady
Služby:	Webové stránky		15 000 Kč
	Telefon	400 Kč	1 200 Kč
	Internet		600 Kč
	Reklamní video		20 000 Kč
	Instruktažní video		20 000 Kč
	Grafik - DPP		8 000 Kč
	Reklama na billboardech, tiskovinách atd.		60 000 Kč
	Založení živnosti		1 000 Kč
	Účetní		4 000 Kč
	Ochranná známka		15 000 Kč
	Osobní odměna		20 000 Kč
			164 800 Kč
Spotřeba materiálu:	Plakáty, letáky		6 000 Kč
	Brožury	50 Kč	5 000 Kč
	Doprava nafta		5 000 Kč
	Kancelářské potřeby		5 000 Kč
	Banner	2 000 Kč	24 000 Kč
	Tiskárna		2 000 Kč
	Trička - pro klienty	100 Kč	10 000 Kč
	Reklamní předměty	1 000 Kč	12 000 Kč
	Občerstvení	250 Kč	500 Kč
			69 000 Kč
Cestovné:	Služební cesta na školení	2 500 Kč	5000 Kč
	> pohonné hmoty		
	> jídlo		
	> ubytování		
			5000 Kč
Odpisy:	-	-	-
Spotřeba zboží:	Trika na prodej	100 Kč	30 000 Kč
	Mikiny na prodej	200 Kč	30 000 Kč
	Šortky na prodej	150 Kč	22 500 Kč
			82 500 Kč
Mzdové náklady:	Trenér - HPP	30 000 Kč	60 000 Kč
			60 000 Kč
		Celkem	378 800 Kč

Tabulka 4: Režijní náklady (Vlastní tvorba)

Položka	Počáteční režijní náklady	Měsíčně	Čtvrtletně
Webové stránky	15 000 Kč	1 500 Kč	4 500 Kč
Telefon	1 200 Kč	1 200 Kč	3 600 Kč
Internet	600 Kč	600 Kč	1 800 Kč
Reklamní video	20 000 Kč	- Kč	- Kč
Instruktažní video	20 000 Kč	- Kč	- Kč
Grafik - DPP	8 000 Kč	2 000 Kč	6 000 Kč
Reklama na billboardech, tiskovinách atd.	60 000 Kč	20 000 Kč	60 000 Kč
Založení živnosti	1 000 Kč	- Kč	- Kč
Účetní	4 000 Kč	2 000 Kč	6 000 Kč
Ochranná známka	15 000 Kč	500 Kč	1 500 Kč
Plakáty, letáky	6 000 Kč	1 500 Kč	4 500 Kč
Doprava nafta	5 000 Kč	5 000 Kč	15 000 Kč
Kancelářské potřeby	5 000 Kč	2 500 Kč	7 500 Kč
Tiskárna	2 000 Kč	2 000 Kč	6 000 Kč
Trenér - HPP	30 000 Kč	30 000 Kč	90 000 Kč
Trenér - HPP	30 000 Kč	30 000 Kč	90 000 Kč
Osobní odměna	20 000 Kč	20 000 Kč	60 000 Kč
	242 800 Kč	98 800 Kč	356 400 Kč

Tabulka 5: Jednicové náklady na kurz (Vlastní tvorba)

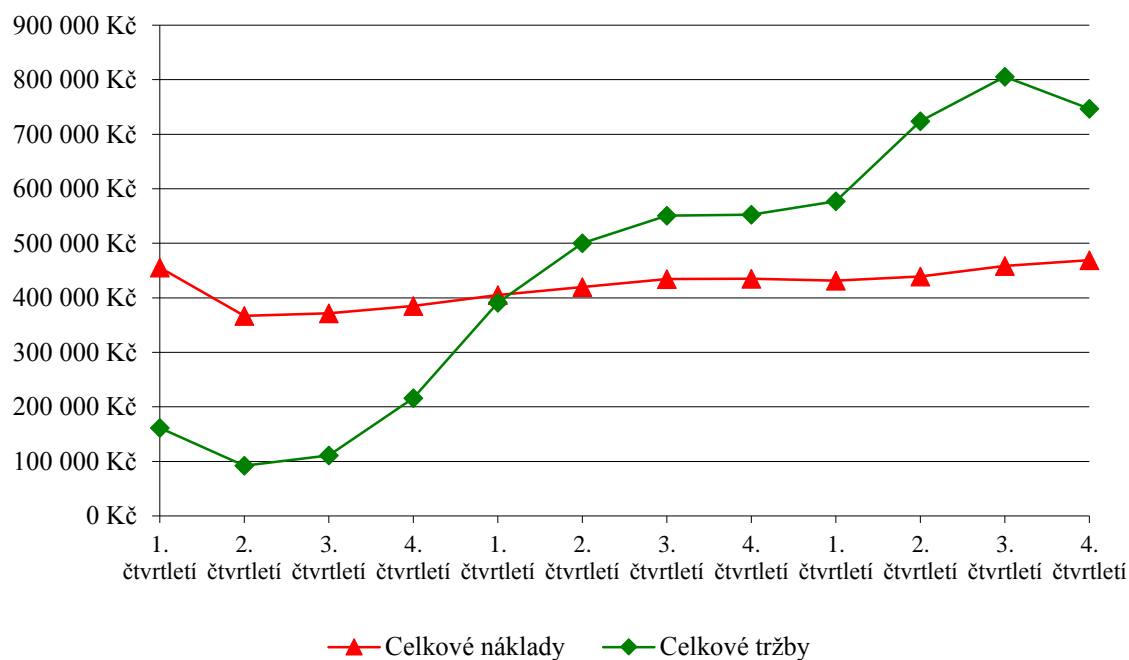
	Položka	Cena ks
Jednicové kurz:	Jednotné oblečení	450 Kč
	Reklamní předměty	100 Kč
	Brožura	50 Kč
	Občerstvení	200 Kč
		800 Kč

Tabulka 6: Jednicové náklady na licenci tělocvičny (Vlastní tvorba)

	Položka	Cena ks
Jednicové licence tělocvičny	Banner	2 000 Kč
	Trika pro personál	500 Kč
	Cestovné	2 500 Kč
		5 000 Kč

3.3.3 Bod zvratu

Graf 6: Bod zvratu (Vlastní tvorba)



Podrobná kalkulace bodu zvratu je přiložena v příloze č.2. Bod zvratu úplně neodpovídá jejímu výsledku, jelikož mám vícero produktů, tudíž bod zvratu přijde dříve, než tvrdí kalkulace. Podle bodu kalkulace bodu zvratu je třeba prodat 7 licencí na tělocvičnu, anebo čtvrtletně uspořádat alespoň 26 kurzů B-FIT. Oba tyto aspekty se však překrývají, a tak můžeme bod zvratu očekávat dříve, jelikož mezi produkty B-FIT ještě spadá oblečení, které je na prodej.

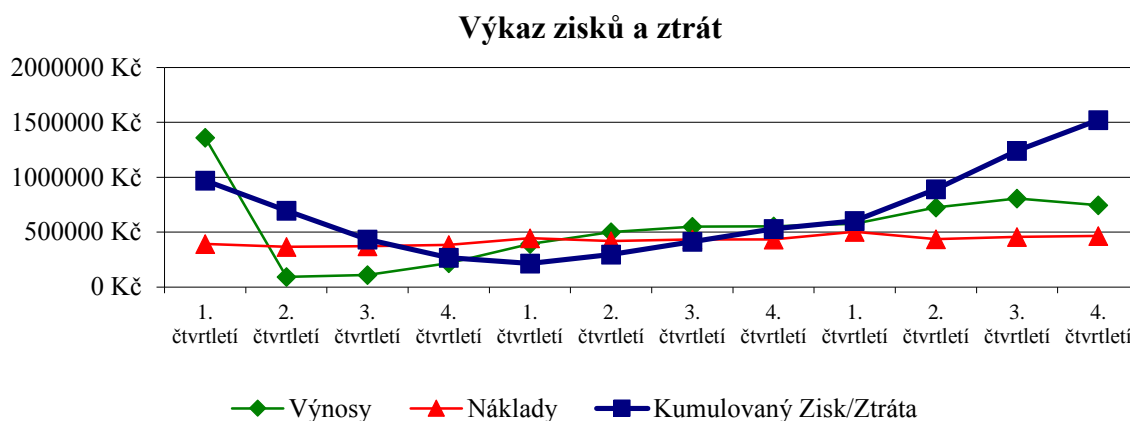
Tabulka 7: Čtvrtletní bod zvratu (Vlastní tvorba)

ČTVRTLETNÍ BOD ZVRATU	
Cena licence	60 000,00
Cena školení	15 000,00
Náklad školení	800,00
Náklad licenci	5 000,00
Režijní náklady	356 400,00
Bod zvratu - prodej licence	7
Bod zvratu - školení	26

3.3.4 Rozpočet

Kompletní rozpočet je v příloze č. 3. Rozpočet jsem dělal na 12. období, jedno období jsou 3 měsíce. Díky vlastnímu kapitálu pokryji první rok chodu programu, který bude kritický, je třeba ustálit značku na trhu a prodat alespoň 5 licencí a udělat 5 kurzů. Další rok je už situace stabilnější a předpokládám, že program bude mít v dosavadních licencovaných tělocvičnách úspěch a další na něj budou navazovat. Ve třetím roce už bychom se měli stabilně dostávat do zisku.

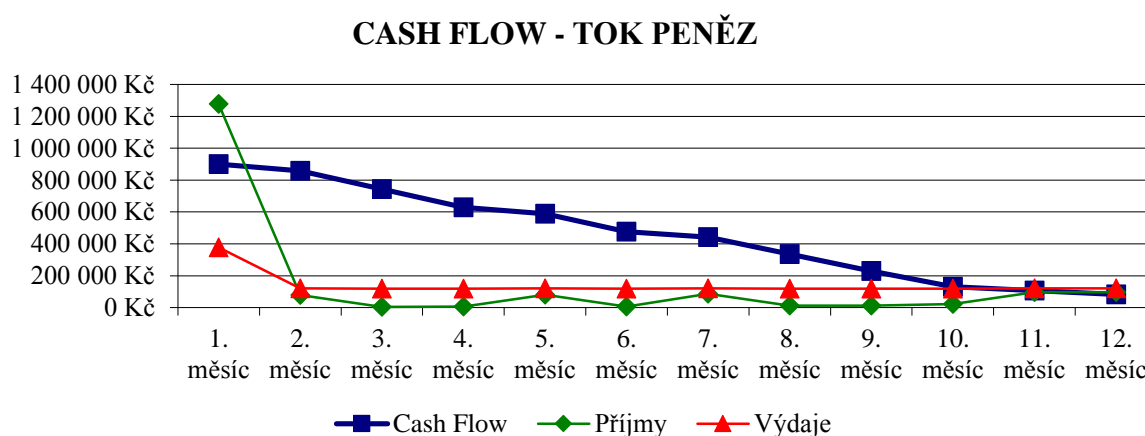
Graf 7: Výkaz zisku a ztrát (Vlastní tvorba)



3.3.5 Cash Flow

Tok peněz jsem počítal pouze na první rok chodu programu. Podrobně rozepsaný tok peněz je v příloze č.4.

Graf 8: Cash flow (Vlastní tvorba)



3.4 Reklama a marketing

3.4.1 Cíl

Cílem marketingu je udělat ze značky B-FIT silný a konkurence schopný produkt. Marketing bude mířený tak, aby apeloval na cvičební komunitu a nikoliv na jedince. B-FIT by měl mít do jednoho roku natolik silnou základnu licencovaných tělocvičen, aby bylo možné mezi nimi uspořádat sportovní ligu a udržela se tak zdravá soutěživost a dravost po zákaznících mezi licencovanými tělocvičnami.

Úkolem tělocvičen je nahánět stále nové tváře do svých řad a úkolem vedení a marketingu propagace programu jako celku a dostávat ho do podvědomí v globálním měřítku.

Některé použité reklamní grafiky jsou uvedeny v přílohách č. 8 a 9.

3.4.2 Strategie

Marketingová strategie pro značku B-FIT je pozitivně se zapisovat do společnosti a udělat si tak mínění o značce, která pomáhá jak fyzicky, tak psychicky občanům. Slogan značky „*Your choose, your way*“ apeluje na potencionální klienty, že rozhodnutí, zda se rozhodnout vložit se do rukou zkušených trenérů je naprosto na nich. Každý se může rozhodnout, zda bude jíst, co my doporučujeme, nebo cvičit jak my předcvičujeme.

Největším strategickým oříškem bude vytvořit silnou komunitu, která bude program propagovat bez ohledu na náš marketing. K tomu povede aktivně se zapojovat do všech druhů sportovních aktivit a posílat tam naše atlety v našem oblečení. Například závody jako Spartan Race nebo FIT Monster jsou skvělými možnostmi, kde propagovat program B-FIT jako komplexní cvičení na rozvoj těla.

ZÁVĚR

Aby mohl program fungovat, je za potřebí velkého úsilí na poli praktičnosti. Na celý koncept jsou zapotřebí dva stálí trenéři, kteří budou mít za úkol testovat stále nové a nové kombinace tréninků a jejich přínos pro tělo. Druhá stránka je pak samotné řízení podnikání na poli financí a marketingu. Tyto dvě složky jsou nezbytné pro chod podniku, aby byl výdělečný a nezávislý na financování z vnější. Podle mého názoru se mi podařilo stanovit strukturu a podobu programu tak, aby byl prodeje schopný, v samotném finančním plánu jsem si stanovil důležitý bod zvratu, abych přesně věděl hranici, kdy se mi podnik vyplatí. Samotný rozpočet se bude velmi měnit v závislosti na počtu prodaných produktů, ale myslím, že z rozpočtu, který jsem sestavil, se dá bez problému podnikatelský plán založit.

Veškeré informace použité v bakalářské práci vycházejí z mnou stanovených analýz. Analýzy mi velmi pomohli v rozhodování, jak má program vypadat a anketa, kterou jsem se dotazoval na konkrétní kroky k tvorbě programu, mi ukázala velmi zajímavé možnosti a nedostatky současných fitness programů.

Praktická část mi odpověděla na otázky, zda základní odvětví, které jsem si vybral do svého tréninkového programu, jsou ty vhodné. Paleo dietu, kterou jsem vybral jako vzor stravování do programu, je léty osvědčená dieta, kterou používají sportovci na celém světě. Proto je použita i v mém programu. Bohužel jsem zde neměl příliš prostoru na rozepsání všech znalostí o lidském těle, které by měli být do programu zapojeny. Základní informace jsou nastíněny v praktické části, a pokud by měl program dostat reálnou podobu, bylo by třeba ještě konkretizovat určité body, kterých by se trenéři měli držet.

Program B-FIT má reálnou šanci na úspěch a je to něco, co na nynějším trhu volného času chybí. Je to ucelený program na rozvoj těla s nadstandartními službami.

SEZNAM POUŽITÝCH ZROJŮ

Literatura

BLAHUŠOVÁ, Eva. *Wellness: Fitness*. Praha: Karolinum, 2005, 235 s. ISBN 80-246-0891-X.

BOYLE, Michael, Mark VERSTEGEN a Alwyn COSGROVE. *Advanced [sic] in functional training: training techniques for coaches, personal trainers and athletes*. Santa Cruz, Calif.: On Target Publications, 2010, 315 p. ISBN 978-193-1046-015.

CORDAIN, Loren, Nell STEPHENSON a Lorrie CORDAIN. *Paleo dieta: moderní verze pravěké stravy : více než 150 receptů na paleo snídaně, obědy, večeře, občerstvení a nápoje*. Praha: Ikar, 2013, 263 s. ISBN 978-80-249-2208-9.

CORDAIN, Loren. *The Paleo diet: lose weight and get healthy by eating the foods you were designed to eat*. Rev. ed. Hoboken, N.J: Wiley, 2011. ISBN 04-709-1302-9.

CORDAIN, Loren. *The Paleo diet: lose weight and get healthy by eating the foods you were designed to eat*. Rev. ed. Hoboken, N.J: Wiley, 2011. ISBN 04-709-1302-9.

DOLEŽAL, Martin a Radim JEBAVÝ. *Přirozený funkční trénink*. Praha: Grada, 2013, 141 s. Fitness, síla, kondice. ISBN 978-802-4744-384.

DUSPIVA, Karel a Josef ŠAMAN. *Vzpírání*. Praha: Olympia, 1983, 158 s. Sport (Olympia).

EDLÁČKOVÁ, Helena. *Strategická analýza*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, xi, 121 s. ISBN 80-717-9367-1.

EVERETT, Greg. *Olympic weightlifting: a complete guide for athletes*. 2nd ed. Calif.: Catalyst Athletics, 2009, 422 p. ISBN 09-800-1111-6.

GIBALA, Martin J., Jonathan P. LITTLE, Maureen J. MACDONALD a John A. HAWLEY. Physiological adaptations to low-volume, high-intensity interval training in health and disease. *The Journal of Physiology*. 2012, **590**(5): 1077-1084. DOI: 10.1113/jphysiol.2011.224725. ISSN 00223751. Dostupné také z: <http://doi.wiley.com/10.1113/jphysiol.2011.224725>

KENNEY, W, Jack H WILMORE a David L COSTILL. *Physiology of sport and exercise*. 5th ed. Champaign, IL: Human Kinetics, 2012, xvii, 621 s. ISBN 978-0-7360-9409-2.

KOS, Bohumil. *Gymnastické systémy: historický vývoj a charakteristika*. Přepřac. vyd. Praha: Univ. Karlova, 1990, 181 s.

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966-X.

KRIŠTOFIČ, Jaroslav aj. *Gymnastika*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2009, 114 s. ISBN 978-80-246-1733-6.

KUDLOVÁ, Eva. *Hygiena výživy a nutriční epidemiologie*. Praha: Karolinum, 2009, 287 s. ISBN 978-80-246-1735-0.

MENDELSON, Martin. *Franchising - moderní forma prodeje*. Praha: Management Press, 1994, 122 s. ISBN 80-85603-54-3.

OSTEN, Petr. *Osobní trenér*. Praha: Grada, 2005, 189 s. Fitness, síla, kondice. ISBN 80-247-1133-8.

PACUT, Miroslav. *Dějiny vybraných individuálních sportů*. Ostrava: Repronis, 2010, 208 s. ISBN 978-80-7329-245-4.

PETR, Miroslav a Petr ŠŤASTNÝ. *Funkční silový trénink*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Fakulta tělesné výchovy a sportu, 2012, 212 s. ISBN 978-80-86317-93-9.

SISSON, Mark. *Primal Blueprint: přeprogramujte své geny pro optimální váhu, dokonalé zdraví a neomezenou energii*. V Praze: Blue Vision, 2014, 440 s. ISBN 978-80-87672-16-7.

SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

STACKEOVÁ, Daniela. *Fitness programy - teorie a praxe: metodika cvičení ve fitness centrech*. 2. dopl. a přeprac. vyd. Praha: Galén, 2008, 209 s. ISBN 978-807-2625-413.

STACKEOVÁ, Daniela. *Fitness programy z pohledu kinantropologie*. 3. dopl. a přeprac. vyd. Praha: Galén, 2014, 243 s. ISBN 978-80-7492-115-5.

STROUHAL, Jiří. *Ekonomika podniku*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Institut certifikace účetních, 2014, 175 s. ISBN 978-808-6716-909.

SYNEK, Miloslav aj. *Manažerská ekonomika*. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2003, 466 s. ISBN 80-247-0515-X.

ŠIMON, Jiří. *Atletika: historie, organizace, pravidla atletiky, soutěže, závody*. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 1997, 108 s. ISBN 80-7184-431-4.

ŠVUB, Josef. *Historie síly*. Praha: Svět kulturistiky, 1997. ISBN 40-315-0860-3.

TOD, David. *Sport psychology*. London: Routledge, 2014. ISBN 04-158-3450-3.

WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press, 2003, 159 s. ISBN 80-726-1075-9.

Internetové zdroje:

CROSSFIT. *Welcome to CrossFit* [online]. 2015 [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://crossfit.com>

CROSSFITHAWKESBAY. *CrossFit Hawkes Bay* [online]. 2015 [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://crossfithawkesbay.co.nz>

Český statistický úřad. *Vdb.czso.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-06-02]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/>

LSMUNI. *LSMU* [online]. 2015 [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://lsmuni.lt>

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Živnostenský zákon* [online]. 2015 [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument155633.html>

NAGYOVÁ, Vladka. Čo je to TRX?. In: *Športujeme.sk* [online]. 2011 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: <https://www.sportujeme.sk/co-je-to-trx/>

Survio.com. *Statistika & Data* [online]. 2015 [cit. 2015-06-02]. Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/>

VASAKOVA, Martina. *HIIT: VYSOCE INTENZIVNÍ INTERVALOVÝ TRÉNINK*. In: <http://www.aktin.cz/> [online]. 2013 [cit. 2015-04-15]. Dostupné z: <http://www.aktin.cz/clanek/1719-hiit-vysoce-intenzivni-intervalovy-trenink>

VÝZKUMNÝ ÚSTAV PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ, V.V.I. *Bulletin no. 30: Vývoj hlavních ekonomických a sociálních ukazatelů České republiky 1990 – 2014* [online]. 1. Praha, 2015, 75 s. [cit. 2015-06-02]. ISBN 978-80-7416-214-5. Dostupné z: <http://praha.vupsv.cz/Fulltext/bullNo30.pdf>

WICKED FITNESS. *TRX Counterfeits* [online]. 2015 [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <https://www.wickedfitness.co/about/trx-counterfeits/>

ŽITNÝ, Vít. *Funkční trénink: základní charakteristika*. In: <http://kulturistika.ronnie.cz/> [online]. 2013 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://kulturistika.ronnie.cz/c-16130-funkcni-trenink-zakladni-charakteristika.html>

SEZNAM OBRÁZKŮ:

Obrázek 1: Závěsný systém TRX (Wickedfitness, 2015).....	16
Obrázek 2: Zastoupení jednotlivých cviků při CrossFit Games (Crossfit, 2015).....	17
Obrázek 3: Potravinová pyramida pro Paleo dietu (Crossfithawkesbay, 2015)	20
Obrázek 4: Znázornění tělesných funkcí při běhu (Lsmuni, 2015)	27
Obrázek 5: Postup při analýze konkurence (Wupperfeld, 2003).....	28
Obrázek 6: Grafické znázornění SWOT analýzy (Kozel, 2006)	31
Obrázek 7: Logo B-FIT (Vlastní tvorba).....	46

SEZNAM TABULEK:

Tabulka 1: Informace o konkurenci (Sedláčková a Buchta, 2006).....	30
Tabulka 2: Ekonomické ukazatele (Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 2015)....	38
Tabulka 3: Klasifikace nákladů podle druhu (Vlastní tvorba).....	53
Tabulka 4: Režijní náklady (Vlastní tvorba).....	54
Tabulka 5: Jednicové náklady na kurz (Vlastní tvorba)	54
Tabulka 6: Jednicové náklady na licenci tělocvičny (Vlastní tvorba)	54
Tabulka 7: Čtvrtletní bod zvratu (Vlastní tvorba)	55

SEZNAM GRAFŮ:

Graf 1: Věková struktura obyvatelstva v krajích (Český statistický úřad, 2015)	39
Graf 2: Počet hodin cvičení týdně (Survio.com, 2015)	40
Graf 3: Příprava tréninku (Survio.com, 2015)	41
Graf 4: Typy cvičení (Survio.com, 2015)	42
Graf 5: Jídelníček (Survio.com, 2015)	43
Graf 6: Bod zvratu (Vlastní tvorba)	55
Graf 7: Výkaz zisku a ztrát (Vlastní tvorba)	56
Graf 8: Cash flow (Vlastní tvorba)	56

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Anketa	10
Příloha č. 2: Výpočet bodu zvratu	13
Příloha č. 3: Rozpočet.....	14
Příloha č. 4: Cash flow.....	15
Příloha č. 5: Triko B-FIT	16
Příloha č. 6: Mikina B-FIT	16
Příloha č. 7: Šortky B-FIT	17
Příloha č. 8: Plakát 1	17
Příloha č. 9: Plakát 2.....	18

Příloha č. 1: Anketa

B-fit

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

Kolik hodin týdně věnujete cvičení?

☐ 0 h

☐ 1 - 2 h

☐ 2 - 4 h

☐ 4 - 6 h

☐ 6 - 8 h

☐ Pokud více kolik?

Zbývá **100** znaků

Kolik jste maximálně ochotni zaplatit za skupinovou lekci?

☐ 80 Kč/hod

☐ 100 Kč/hod

☐ 120 Kč/hod

☐ 150 Kč/hod

☐ 200 Kč/hod

Jaké cvičení preferujete?

☐ Skupinová lekce pod vedením trenéra

☐ Individuální trénink s trenérem

☐ Samostatné cvičení

☐ Cvičení se sparing partnerem

Seřadte podle důležitosti od nejvíce důležité po nejméně důležité.

1. Trénink
2. Strava
3. Regenerace
4. Znalosti o vlastním těle

Kolik minut strávíte přípravou a rozvržením tréninku?

- ☐ 0 min.
- ☐ 10 min.
- ☐ 20 min.
- ☐ 30 min.
- ☐ 30 a více

Sebevzděláváte se v oblasti fitness?

☐ Ano

☐ Ne

Zaškrtněte typ cvičení, se kterým už jste se někdy v minulosti setkali a vyzkoušeli ho.

- ☐ Gymnastika
- ☐ Atletika
- ☐ Vzpírání
- ☐ Kalisthenika
- ☐ Kulturistika
- ☐ TRX
- ☐ BOSU a core training
- ☐ HIIT (High intensity interval training)
- ☐ CrossFit a funkční trénink
- ☐ Powerlifting (silový trojboj)

Které z předešlých cvičení vám nejvíce vyhovuje? (vyberte jen jedno)



Napište větu

Zbývá 250 znaků

Co očekáváte od svého trenéra?

☐

Aby připravil trénink

☐

Aby připravil trénink a povzbudil nás

☐

Aby připravil trénink, povzbudil a naučil nás správnou techniku cviků

☐

Aby připravil trénink, povzbudil, naučil správnou techniku a poradil se stravou a výživovými doplňky

Myslíte si, že jsou výživové doplňky jako proteiny, BCAA, Gainery, spalovače atd. špatné?

☐

Ano

☐

Ne

☐

Nikdy jsem se s nimi nesetkal

Potřebujete radit s jídelníčkem, nebo to neřešíte?

☐

Jím na co mám chuť

☐

Počítám si kalorické tabulky

☐

Dodržuji striktně dietu

☐

Stravu neřeším

Ocenili by jste lekci, kde vám naservírují kompletní služby, od cvičení, přes vypilování techniky jednotlivých cviků až po krátké semináře o stravě, plus by v ceně byl zahrnut kompletní výživový před-tréninkový i po-tréninkový servis?

☐

Ano

☐

Ne

Jakou máte představu, že by takové lekce stáli? (v Kč)



Napište větu

Zbývá 250 znaků

ODESLAT DOTAZNÍK

Příloha č. 2: Výpočet bodu zvratu

BREAK-EVEN ANALÝZA	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí
Režijní náklady	440 400	356 400	356 400	356 400	356 400	356 400	356 400	356 400	356 400	356 400	356 400	356 400
Náklady na 1 triko	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Náklady na 1 mikinu	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Náklady na 1 šortky	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Náklad na 1 licenci	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Náklady na 1 kurz	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Celkové náklady	455 750	366 950	371 700	385 000	405 000	420 100	434 600	435 300	431 400	439 300	458 700	469 300
Počet prodaných trik	20	20	50	100	110	150	200	200	250	220	250	300
Počet prodaných mikin	5	10	15	20	50	80	120	120	100	100	150	200
Počet prodaných šortek	5	5	10	20	40	30	40	50	40	30	50	110
Počet kurzů	2	1	1	2	2	4	4	3	5	8	6	8
Počet prodaných licenci	2	1	1	2	4	5	5	5	4	6	7	4
Počet 1y licenci	0	0	0	0	2	1	1	2	6	6	6	7
Cena 1y licence	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Cena kurz	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Cena licence	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Cena šortek	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455
Cena mikiny	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580
Cena trika	330	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455
Celkové tržby	161 775	92 175	111 000	216 200	391 250	500 300	550 800	552 350	576 950	723 750	805 500	746 550
Rozdíl	-293 975	-274 775	-260 700	-168 800	-13 750	80 200	116 200	117 050	145 550	284 450	346 800	277 250

Příloha č. 3: Rozpočet

VÝSLEDOVKA	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí
Tržby za prodej zboží/služeb	161 775	92 175	111 000	216 200	391 250	500 300	550 800	552 350	576 950	723 750	805 500	746 550
Ostatní výnosy	1200000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VÝNOSY CELKEM	1361775	92175	111000	216200	391250	500300	550800	552350	576950	723750	805500	746550
Služby	164800	143400	143400	143400	143400	143400	143400	143400	143400	143400	143400	143400
Spotřeba materiálu	38900	35950	35950	38900	43900	47300	47300	46850	45250	51600	53200	46600
Cestovné	5000	2500	2500	5000	10000	12500	12500	12500	10000	15000	17500	10000
Odpisy	0	0	0	0	40000	0	0	0	0	0	0	0
Spotřeba zboží	3750	4750	9500	17000	27000	35500	50000	51500	51000	46500	62500	86500
Daně	0	0	0	0	0	0	0	0	74347	0	0	0
Vyplacené osobní náklady (mzdy)	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000
NÁKLADY CELKEM	392450	366600	371350	384300	444300	418700	433200	434250	503997	436500	456600	466500
ZISK/ZTRÁTA	969325	-274425	-260350	-168100	-53050	81600	117600	118100	72953	287250	348900	280050
Kumulovaný zisk/ztráta	969325	694900	434550	266450	213400	295000	412600	530700	603653	890903	1239803	1519853

Příloha č. 4: Cash flow

CASH FLOW	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc	5. měsíc	6. měsíc	7. měsíc	8. měsíc	9. měsíc	10. měsíc	11. měsíc	12. měsíc
Hotovost - začátek	0,0	900 125,0	857 750,0	742 875,0	629 800,0	589 225,0	476 150,0	441 850,0	335 050,0	228 250,0	131 517,0	107 284,0
Hotovost z prodeje	78 925,0	78 925,0	3 925,0	5 725,0	80 725,0	5 725,0	87 000,0	12 000,0	12 000,0	22 067,0	97 067,0	97 067,0
Vložený kapitál	1 200 000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostatní příjmy	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PŘÍJMY CELKEM	1 278 925,0	78 925,0	3 925,0	5 725,0	80 725,0	5 725,0	87 000,0	12 000,0	12 000,0	22 067,0	97 067,0	97 067,0
Nákup materiálu	69 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0	11 000,0
Vyplacené osobní náklady (mzdy)	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0	60 000,0
Služby	164 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0	47 800,0
Nákup zboží	82 500,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zaplacené nájemné	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cestovné	2 500,0	2 500,0	0,0	0,0	2 500,0	0,0	2 500,0	0,0	0,0	0,0	2 500,0	2 500,0
Splátky úvěrů	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zaplacené daně	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostatní výdaje	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
VÝDAJE CELKEM	378 800,0	121 300,0	118 800,0	118 800,0	121 300,0	118 800,0	121 300,0	118 800,0	118 800,0	118 800,0	121 300,0	121 300,0
Hotovost - běžné období	900 125,0	-42 375,0	-114 875,0	-113 075,0	-40 575,0	-113 075,0	-34 300,0	-106 800,0	-106 800,0	-96 733,0	-24 233,0	-24 233,0
TOK PENĚZ	900 125,0	857 750,0	742 875,0	629 800,0	589 225,0	476 150,0	441 850,0	335 050,0	228 250,0	131 517,0	107 284,0	83 051,0

Příloha č. 5: Triko B-FIT



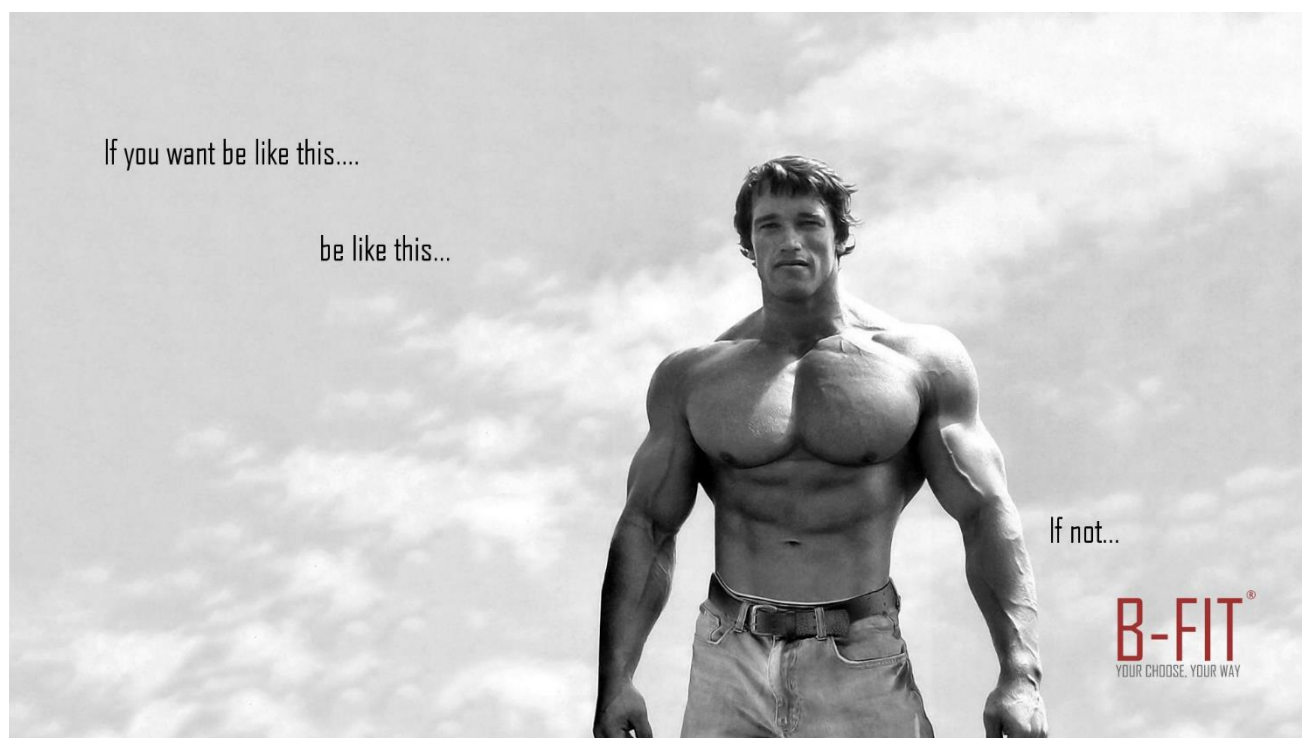
Příloha č. 6: Mikina B-FIT



Příloha č. 7: Šortky B-FIT



Příloha č. 8: Plakát 1



Příloha č. 9: Plakát 2

